

PLAN DOCENTE DE LA ASIGNATURA

Curso académico 2018-2019

| Identificación y características de la asignatura | | | |
|--|--|-----------------|-------------|
| Código | 500353 | Créditos ECTS | 6 |
| Denominación (español) | Comunicación Corporativa e Interna | | |
| Denominación (inglés) | Corporate and Internal Communication | | |
| Titulaciones | Grado en Comunicación Audiovisual Grado en Información y Documentación Grado en Información y Documentación (semipresencial) | | |
| Centro | Facultad de ciencias de la Documentación y la Comunicación | | |
| Semestre | 2 | Carácter | Obligatoria |
| Módulo | Fundamentos teóricos de la comunicación audiovisual | | |
| Materia | Aspectos comunicativos del Sistema Audiovisual | | |
| Profesor/es | | | |
| Nombre | Despacho | Correo-e | Página web |
| María García García | 10 | mgargar@unex.es | |
| Área de conocimiento | Comunicación audiovisual y publicidad | | |
| Departamento | Información y Comunicación | | |
| Competencias* | | | |
| BÁSICAS Y GENERALES | | | |
| CB3 - Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética | | | |
| CB4 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado | | | |
| CB5 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía | | | |
| CAV | | | |
| CG1 - Fomentar la capacidad crítica, analítica y reflexiva en relación al hecho audiovisual, con un conocimiento técnico y estético de las formas, procesos y tendencias de la comunicación visual en nuestro entorno | | | |
| CG3 - Proporcionar un conocimiento exhaustivo de las técnicas y procesos de creación y difusión audiovisuales en sus diversas fases, así como las interrelaciones entre los sujetos de la comunicación audiovisual: autores, instituciones, empresas, medios, soportes y receptores. Esta formación le capacitará para la toma de decisiones creativas y profesionales en el campo de la comunicación y de la gestión de los recursos tecnológicos y humanos en las empresas del sector. | | | |
| CG5 - Adquirir las destrezas necesarias para trabajar en empresas asociadas a la industria audiovisual y en organizaciones que demandan servicios, planes y estrategias de comunicación. | | | |
| INDO | | | |
| CG4 - Habilidades en el manejo de las tecnologías como medio indispensable en los procesos de tratamiento y transferencia de la información. | | | |
| TRANSVERSALES | | | |

* Los apartados relativos a competencias, breve descripción del contenido, actividades formativas, metodologías docentes, resultados de aprendizaje y sistemas de evaluación deben ajustarse a lo recogido en la memoria verificada del título.

CAV

CT3 - Conocer a nivel teórico-práctico las tecnologías aplicadas al ámbito de la comunicación audiovisual.
 CT5 - Tener la capacidad de generar una conciencia solidaria: capacidad para generar formas de comportamiento que pasen por el respeto solidario por las diferentes personas y pueblos del planeta, la igualdad de oportunidades y accesibilidad universal de las personas con discapacidad, los valores propios de una cultura de paz, los principios democráticos y el respeto por los derechos humanos.
 CT7 - Tener la habilidad de exponer de forma adecuada los resultados de trabajos e investigaciones, de manera oral o con ayuda de medios conforme a los cánones de las disciplinas de comunicación.
 CT11 - Tener capacidad de trabajar en equipo y de comunicar las propias ideas, así como la capacidad de integrarse en un proyecto común destinado a la obtención de resultados.
 CT12 - Tener la capacidad de crear: capacidad para asumir riesgos expresivos y temáticos en el marco de las disponibilidades y plazos de la producción audiovisual, aplicando soluciones y puntos de vista personales en el desarrollo de los proyectos.
 CT15 - Tener la capacidad para establecer orden y método: habilidad para la organización y temporalización de tareas, tomando decisiones prioritarias en los diferentes procesos y estrategias de comunicación.
 CT16 - Tener la capacidad para transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

INDO

CT3 - Habilidades en el uso de Internet y software genérico (ofimática)
 CT5 - Capacidad de organización y planificación del trabajo propio.
 CT6 - Capacidad de trabajar en equipo y de integración en equipos multidisciplinares.
 CT13 - Capacidad de dirección y liderazgo.

ESPECÍFICAS

CAV

CE6 - Tener la capacidad de aplicar técnicas y procesos en la organización y creación de productos multimedia
 CE8 - Tener la capacidad de escribir con fluidez textos, escaletas o guiones
 CE11 - Tener la capacidad de aplicar procesos y técnicas implicadas en la organización y gestión de recursos técnicos en cualquiera de los soportes sonoros y visuales existentes
 CE12 - Tener la capacidad de aplicar técnicas y procesos de creación y difusión en el campo del diseño gráfico y de los productos multimedia en sus diversas fases
 CE15 - Tener la capacidad de aplicar y gestionar principios y funciones de la imagen y la identidad visual a planes y estrategias de comunicación en organizaciones
 CE31 - Tener la habilidad de usar adecuadamente herramientas tecnológicas en las diferentes fases del proceso audiovisual para que los alumnos se expresen a través de imágenes o discursos audiovisuales con la calidad técnica imprescindible
 CE32 - Tener la capacidad para reunir e interpretar datos relevantes dentro del área de estudio de la comunicación audiovisual, para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética

INDO

CE12 - Capacidad para analizar, asesorar y formar a productores, usuarios y clientes de servicios de información, así como en los procesos de negociación y comunicación.

Contenidos

Breve descripción del contenido*

Organización de la comunicación externa e interna de las organizaciones, instituciones y empresas. Planificación estratégica de la comunicación. Investigación de mercados y eficacia de la comunicación corporativa. Responsabilidad social corporativa. Principios de la imagen y de la identidad audiovisual corporativas. Imagen y reputación corporativa. Imagen y cultura corporativa. Marca corporativa. Branding y e-branding. Estructura de los departamentos de comunicación corporativa. División de tareas.

Temario de la asignatura

Tema 1. Comunicación corporativa conceptos básicos.

Principales conceptos.
Contextualización histórica.
Tendencias.

Tema 2. La comunicación en las organizaciones.

La comunicación en el contexto de las organizaciones y las empresas.
Funciones del comunicador y del gabinete de prensa.
El DIRCOM, perfil y deontología profesional.

Tema 3. La comunicación interna.

Los públicos internos de una organización.
Herramientas de la comunicación interna.
Situación actual.

Tema 4. La comunicación externa no comercial

Relaciones con los medios. Herramientas.
Relaciones con la comunidad. Herramientas.
Los grupos de presión.
Relaciones con la comunidad digital. Las RRSS en la estrategia de comunicación. Herramientas.

Tema 5. La comunicación de crisis

Situaciones de crisis corporativa.
Gestión comunicativa de crisis

Tema 6. La organización de eventos.

Definición de los eventos corporativos.
Tipos de eventos y características.

Actividades formativas*

| Horas de trabajo del alumno por tema | | Presencial | | Actividad de seguimiento | No presencial |
|--------------------------------------|-------|-------------------|-------------------|--------------------------|---------------|
| Tema | Total | GG | SL | TP | EP |
| 1 | 17,65 | 3 | 1,5 | 0,15 | 13 |
| 2 | 28,8 | 10 | 1,5 | 0,30 | 17 |
| 3 | 29,3 | 10 | 2 | 0,30 | 17 |
| 4 | 29,3 | 10 | 2 | 0,30 | 17 |
| 5 | 24,25 | 7 | 1,5 | 0,25 | 15,5 |
| 6 | 20,7 | 5 | 1,5 | 0,20 | 14 |
| Evaluación del conjunto | 150 | 45 (por 2 grupos) | 10 (por 5 grupos) | 1,50 | 93,5 |

GG: Grupo Grande (100 estudiantes).

SL: Seminario/Laboratorio (prácticas clínicas hospitalarias = 7 estudiantes; prácticas laboratorio o campo = 15; prácticas sala ordenador o laboratorio de idiomas = 30, clases problemas o seminarios o casos prácticos = 40).

TP: Tutorías Programadas (seguimiento docente, tipo tutorías ECTS).

EP: Estudio personal, trabajos individuales o en grupo, y lectura de bibliografía.

Metodologías docentes*

CAV

Lección magistral participativa
Explicación y discusión de los contenidos
Presentación de materiales para el apoyo al proceso de enseñanza-aprendizaje
Talleres de aprendizaje

Prácticas en laboratorios
 Trabajos en grupo
 Reuniones en pequeños grupos
 Reuniones individuales
 Estudio individual del alumno
 Resolución de problemas y casos por medio de la reflexión y el análisis

INDO

Explicación en clase de los temas programados
 Utilización de material docente en diferentes tipos y formatos.
 Discusión de los contenidos.
 Aplicación práctica de los conocimientos teóricos a través de los laboratorios, talleres, etc.
 Análisis y resolución de problemas prácticos propuestos.

Resultados de aprendizaje*

CAV

Comprender la estructura y el funcionamiento de la comunicación corporativa de una organización
 Conocer la estructura y el funcionamiento de la comunicación interna de una organización.
 Dotar al alumno de los conocimientos teóricos imprescindibles para entender qué son los activos intangibles tales como la imagen, la reputación, la marca... y su función en las organizaciones. Desarrollar las herramientas y estrategias profesionales necesarias para su estudio y gestión como profesionales de la comunicación
 Tener la capacidad de identificar los procesos y técnicas implicadas en la dirección y gestión de empresas audiovisuales.

INDO

Conocer las técnicas y habilidades para gestionar un sistema de comunicación corporativa interna.

Sistemas de evaluación*

EVALUACION CONTINUA

La evaluación de **contenidos teóricos** computa un **40%** de la calificación final. Consistirá en un examen teórico donde cada alumno plasmará los conocimientos adquiridos.

La aplicación **práctica** de los conocimientos y destrezas computa un **60%** de la calificación final (evaluación continua). Para superar la asignatura, será imprescindible haber aprobado ambas partes.

Se establecerán lecturas y visionados obligatorios, cuyos conocimientos serán objeto de correspondiente evaluación

Para favorecer la evaluación continua, el profesor indicará ejercicios específicos individuales que se calificarán antes del examen y que, si se adecuan a los objetivos y ofrecen resultados o conclusiones válidas, podrán contribuir a una mejora moderada en la calificación final de la asignatura.

ALUMNOS SIN EVALUACIÓN CONTINUA:

“En las convocatorias habrá una prueba final alternativa de carácter global, de manera que la superación de ésta suponga la superación de la asignatura”

Para aquellos alumnos que por causas personales o profesionales no puedan acudir a las clases de forma regular, lo **justifiquen debidamente** y **previa autorización del profesor** se arbitrará un sistema de evaluación particular de la materia.

Los estudiantes que estén en esta situación deberán comunicárselo al profesor al inicio del cuatrimestre. Para aprobar la asignatura en esta modalidad es imprescindible:

-Entregar las prácticas obligatorias antes de la fecha oficial programada para el examen final.

-Aprobar el examen final consistente en preguntas a desarrollar y podrá incluir un ejercicio

práctico.

-Obtener la puntuación mínima de 5 puntos (sobre 10) tanto en las prácticas como en el examen final.

Advertencia sobre plagios.

Se considerará plagio la reproducción de párrafos a partir de textos de auditoría distinta a la del estudiante (Internet, libros, artículos, trabajos de compañeros...), cuando no se cite la fuente original de la que provienen. En caso de detectarse este tipo de prácticas la sanción consistirá en el suspenso de la asignatura en la convocatoria correspondiente.

Bibliografía (básica y complementaria)

BÁSICA

Aced, C. (2013). *Relaciones públicas 2.0: cómo gestionar la comunicación corporativa en el entorno digital*. Barcelona: Editorial UOC.

Carrillo, M.V; Castillo, A. (2013): *Comunicación publicitaria y Comunicación corporativa e interna*, Mc Graw Hill.

Fernández Beltrán, Francisco (2007) *La gestión de la nueva comunicación interna. Análisis de la aplicación de las tecnologías de la información en los procesos de comunicación interna de las universidades de la Comunidad Valenciana*. Tesis doctoral.

COMPLEMENTARIA

Aaker, D. (1994): *Gestión del Valor de la Marca*, Díaz de Santos, Madrid.

Aced, C.; Arqués, N.; Benítez, M.; Llodrá, B. y Sanagustín, E. (2009): *Visibilidad: cómo gestionar la reputación en internet*, Gestión 2000, Barcelona.

Aced, C. (2014). *Relaciones públicas 2.1*. Editorial UOC, Barcelona.

Argenti, P. (2014): *Comunicación estratégica y su contribución a la reputación*, Lid Editorial, Madrid.

Burgueño, J.L. (2015) *Comunicación institucional para periodistas*. Barcelona: UOC.

Capriotti, P. (2009): *Branding corporativo*. Fundamentos para la gestión estratégica de la identidad corporativa. Colección de libros de la empresa. Santiago de Chile.

Chernatony, L. (1999): "Brand Management through narrowing the gap between Brand Identity and Brand Reputation", *Journal of Marketing Management*, 15 (1/3), pp. 157-179.

Costa, J. (2009): *El DirCom hoy*, Costa Punto Com, Barcelona.

Díaz Noci, J. (2004). *Los resúmenes de prensa en los gabinetes de comunicación*. Fragua.

Fombrun, C. (2001): "Corporate Reputation as economic assets", en Hitt, M. et al.: *The Blackwell Handbook of Strategic Management*, Blackwell, USA.

Molina Cañabate, J. P. (2017) *Comunicación corporativa: guía de supervivencia*. Madrid: Editorial Grupo 5.

Lippmann, W. (2003): *La Opinión Pública*, Langre, Madrid (original de 1922).

Tuñez, M (2012) *La gestión de la comunicación en las organizaciones*. Comunicación social Ediciones y Publicaciones. Sevilla-Salamanca-Zamora.

Van Riel, C. (1997): *Comunicación Corporativa*, Prentice-Hall, Barcelona.

Xifrá, J. (2011): *Manual de Relaciones Públicas e institucionales*. Ed. UOC, Barcelona.

Otros recursos y materiales docentes complementarios

La asignatura cuenta con un aula en el Campus Virtual de la Universidad de Extremadura en la que se encuentran incluidos los principales recursos digitales (temas, presentaciones, cuestionarios, casos prácticos, etc.) para el correcto seguimiento de la misma

Horario de tutorías

Tutorías programadas:

Según el calendario y horario que se establezcan para cada grupo o alumno.

Tutorías de libre acceso:

El horario de tutorías de libre acceso se establecerá para cada semestre dentro de los plazos previstos por la Universidad y podrá ser consultado en la web de la Facultad.

Recomendaciones

Algunas pautas para optimizar el seguimiento de la asignatura serán:

- Asistencia regular, puntual y productiva a las clases teóricas.
- Toma de apuntes personales y complementarlos en el tiempo de estudio programado que se contemplan en los créditos ECTS.
- Consultar dichas anotaciones para evitar errores con el profesor en tutorías.
- Se recomienda también consultar la bibliografía y los recursos recomendados en este documento y cualesquiera otros materiales por el profesor en el transcurso de las lecciones teóricas y de las tutorías.