

DATOS BÁSICOS DE LA GUÍA DOCENTE:

Materia:	GABINETE DE COMUNICACIÓN		
Identificador:	31952		
Titulación:	GRADUADO EN PERIODISMO. PLAN 2014 (BOE 15/10/2014)		
Módulo:	COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL		
Tipo:	OPTATIVA		
Curso:	4	Periodo lectivo:	Primer Cuatrimestre
Créditos:	6	Horas totales:	150
Actividades Presenciales:	64	Trabajo Autónomo:	86
Idioma Principal:	Castellano	Idioma Secundario:	Inglés
Profesor:		Correo electrónico:	

PRESENTACIÓN:

La sociedad de la información ha impuesto cambios drásticos y vertiginosos en la forma de comunicar, una nueva realidad a la que se han tenido que ir adaptando sus diferentes actores en aras de su supervivencia. Las instituciones de todo tipo (administraciones públicas, empresas, ongs, fundaciones, asociaciones...) están empezando a ser conscientes del valor intangible de la comunicación en todas sus dimensiones, tanto interna como externa, para el adecuado crecimiento, consolidación y proyección futura de su corporación en un escenario tan cambiante y voluble como el actual. En este contexto, la gestión de la comunicación por parte de lo que comenzó a denominarse gabinetes de comunicación en sus orígenes (hoy, direcciones de comunicación), cobra cada vez un papel más relevante en las organizaciones, de ahí la relevancia de formar a futuros profesionales de la comunicación en las destrezas propias de un Director de Comunicación (DIRCOM).

La labor de una Dirección de Comunicación es vital en un momento como el presente en el que el volumen de intercambio de información que se produce a diario entre las organizaciones de todo tipo, los medios de comunicación y los públicos, pero también en el interior de las propias estructuras institucionales (comunicación interna) es brutal y determina el éxito o fracaso de una organización del tipo que sea. Es por ello que resulta esencial que el profesional responsable de la comunicación de una corporación esté cada vez más cualificado y especializado en las diferentes áreas que vertebran la comunicación institucional.

La presente asignatura se centra en proporcionar al estudiante los **conocimientos teóricos básicos y la herramientas de comunicación institucional** que éste va a necesitar a la hora de desarrollar su trabajo como DIRCOM. Así, además de hacer un **recorrido por la evolución de la comunicación corporativa en los últimos tiempos, conocer los principios rectores de la misma y las principales cualidades y funciones que debe tener un responsable de comunicación**, también se les forma para que sean capaces de **identificar y crear los distintos modelos o propuestas de estructura organizativa** que se adapten a las necesidades comunicativas de la organización a la que prestan sus servicios. Igualmente, los estudiantes aprenderán a **identificar y trabajar en la práctica, los principales ejes de la comunicación institucional** (la responsabilidad social corporativa, la marca corporativa, la comunicación interna, la comunicación externa y las relaciones institucionales), y el **manejo de las herramientas fundamentales de comunicación interna y externa**.

COMPETENCIAS PROFESIONALES A DESARROLLAR EN LA MATERIA:

Competencias Generales de la titulación	G01	Capacidad de análisis y síntesis.
	G02	Resolución de problemas.
	G03	Capacidad de organización y planificación.
	G04	Comunicación escrita y verbal en lengua materna.
	G07	Trabajo en equipo.
	G08	Habilidades interpersonales.
	G09	Compromiso ético.
	G12	Capacidad de generar nuevas ideas (creatividad).
	Competencias Específicas de la titulación	E01
E02		Capacidad para leer y analizar textos y documentos especializados de cualquier tema

		relevante y saber resumirlos o adaptarlos mediante un lenguaje o léxico comprensible para un público mayoritario.
E03		Capacidad y habilidad para recuperar, organizar, analizar y procesar información y comunicación con la finalidad de ser difundida, servida o tratada para usos privados o colectivos a través de diversos medios y soportes o en la creación de producciones de cualquier tipo.
E04		Capacidad y habilidad para buscar, seleccionar y jerarquizar cualquier tipo de fuente o documento (escrito, sonoro, visual, etc.) de utilidad para la elaboración y procesamiento de información, así como para su aprovechamiento comunicativo persuasivo o de ficción y entretenimiento.
E06		Capacidad y habilidad para comunicar en el lenguaje propio de cada uno de los medios de comunicación tradicionales (prensa, fotografía, radio, televisión), en sus modernas formas combinadas (multimedia) o nuevos soportes digitales (internet), mediante la hipertextualidad.
E07		Capacidad y habilidad de exponer razonadamente ideas, a partir de los fundamentos de la retórica y de las aportaciones de las nuevas teorías de la argumentación, así como de las técnicas comunicativas aplicadas a la persuasión.
E10		Capacidad y habilidad para el desempeño de las principales tareas periodísticas.
E11		Capacidad de experimentar e innovar mediante el conocimiento y uso de técnicas y métodos aplicados a los procesos de mejora de la calidad y de auto evaluación, así como habilidades para el aprendizaje autónomo, la adaptación a los cambios y la superación rutinaria mediante la creatividad.
E12		Capacidad para la ideación, planificación y ejecución de proyectos informativos o comunicativos, desarrolladas a través de áreas temáticas, aplicando géneros y procedimientos periodísticos.
E17		Capacidad para entender y analizar la realidad socio comunicativa de la Comunidad Autónoma (estructura, políticas y funcionamiento) en el contexto español, europeo y mundial.
E18		Capacidad para desarrollar la profesión desde el respeto a la ética, la deontología profesional y el ordenamiento jurídico de la información.
E19		Capacidad para identificar la estructura, el funcionamiento y la estructura de la empresa de comunicación, así como su relación con los contextos sociales y sus cambios.
E21		Capacidad para incorporarse a un equipo profesional, haciendo que converjan sus propios intereses profesionales y los del proyecto en el que se ha incorporado.
E22		Capacidad para asumir el liderazgo en proyectos, gestionándolos eficientemente y asumiendo los principios de la responsabilidad social.
E23		Conocimiento de las teorías sobre la publicidad, las relaciones públicas y la comunicación corporativa, a partir de la aplicación del pensamiento creador y mediante sus diversas manifestaciones y actividades.
E24		Conocimiento de la evolución histórica de las tradiciones periodísticas españolas, europeas e internacionales contemporáneas, así como de las teorías, conceptos y corrientes que las estudian.
E28		Capacidad para responsabilizarse del área de comunicación de un organismo o empresa, fijando los objetivos de comunicación, definiendo el público objetivo, planteando las estrategias, ejecutando el plan de comunicación y midiendo su impacto en la audiencia.
E29		Capacidad para identificar, gestionar y proteger los activos intangibles de la organización (imagen, reputación...), empleando en cada momento el mensaje y la estrategia adecuados para la consecución de sus objetivos, bien a través de los medios tradicionales, bien en el entorno digital.
Resultados de Aprendizaje	R01	Conocer la estructura, los objetivos y las funciones de un gabinete de comunicación.
	R02	Comprender la contribución de un gabinete a la consecución de los objetivos de cualquier organización.
	R03	Organizar un gabinete de comunicación en función del tipo de entidad y de sus fines.
	R04	Planificar acciones de comunicación desde un gabinete, identificando y utilizando las herramientas de comunicación más efectivas para cada una.
	R05	Saber mantener una buena relación con los periodistas y los medios de comunicación.

REQUISITOS PREVIOS:

No existen requisitos previos, si bien se recomienda dominar materias como Redacción o tener conocimientos de Comunicación interna y externa.

PROGRAMACIÓN DE LA MATERIA:

Contenidos de la materia:

1 - DEL GABINETE DE COMUNICACIÓN A LA DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN
1.1 - El DIRCOM
1.1.1 - Estrategia y gestor
1.1.2 - Perfil y cualidades
2 - LA COMUNICACIÓN EN LAS INSTITUCIONES
2.1 - El valor estratégico de la Dirección de Comunicación: diferenciación, internacionalización e innovación
2.2 - La estructura organizativa: diseño de la función de la comunicación según el tipo de organización
3 - LA GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL: PRINCIPALES EJES VERTEBRADORES
3.1 - Responsabilidad Social Corporativa (RSC)
3.2 - Marca corporativa
3.3 - Comunicación Interna
3.4 - Relaciones Institucionales
3.5 - Comunicación Externa
4 - PRINCIPALES INSTRUMENTOS DE LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL
4.1 - Nota de prensa y convocatorias
4.2 - Ruedas de prensa
4.3 - Declaraciones
4.4 - Filtraciones
4.5 - Off the record
4.6 - La Comisión de Quejas

La planificación de la asignatura podrá verse modificada por motivos imprevistos (rendimiento del grupo, disponibilidad de recursos, modificaciones en el calendario académico, etc.) y por tanto no deberá considerarse como definitiva y cerrada.

METODOLOGÍAS Y ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE:

Metodologías de enseñanza-aprendizaje a desarrollar:

-Tutorías

-Estudio de casos: el análisis de casos particulares de organizaciones servirá como herramienta para conocer las acciones más eficaces de comunicación corporativa.

-Ejercicios y resolución de problemas: a través de la redacción de textos, los alumnos desarrollarán su capacidad para expresarse y adaptar el mensaje al objeto de la comunicación corporativa.

Volumen de trabajo del alumno:

Modalidad organizativa	Métodos de enseñanza	Horas estimadas
Actividades Presenciales	Clase magistral	20
	Otras actividades teóricas	5
	Casos prácticos	5
	Resolución de prácticas, problemas, ejercicios etc.	5
	Debates	1
	Exposiciones de trabajos de los alumnos	4
	Talleres	4
	Asistencia a charlas, conferencias etc.	4
	Otras actividades prácticas	10
	Actividades de evaluación	4
	Asistencia a actividades externas (visitas, conferencias, etc.)	2
Trabajo Autónomo	Asistencia a tutorías	6
	Estudio individual	10

Preparación de trabajos individuales	20
Realización de proyectos	15
Tareas de investigación y búsqueda de información	10
Lectura libre	8
Asistencia a actividades externas (visitas, conferencias, etc.)	5
Otras actividades de trabajo autónomo	12
Horas totales:	150

SISTEMA DE EVALUACIÓN:

Obtención de la nota final:

Trabajos individuales:	50 %
Prueba final:	50 %
TOTAL	100 %

*Las observaciones específicas sobre el sistema de evaluación serán comunicadas por escrito a los alumnos al inicio de la materia.

BIBLIOGRAFÍA Y DOCUMENTACIÓN:

Bibliografía básica:

CANELL, María José. Comunicación de las instituciones públicas. Madrid: Tecnos, 2007.
MARTIN, Fernando. Comunicación empresarial e institucional. Madrid: Universitas, 2010.
VERÓN, José Juan y SABÉS, Fernando. La gestión de la información en la administración local. Sevilla/ Zamora: Comunicación Social, 2008.
COSTA, Joan. El DIRCOM hoy: Dirección y gestión de la comunicación en la nueva economía. Colección Joan Costa, Costa Punto Com Editor, 2009.
LOSADA, José Carlos. Gestión de la comunicación en las organizaciones. Barcelona: Ariel, 2004

Bibliografía recomendada:

ÁLVAREZ, Tomás, y CABALLERO, Mercedes. Vendedores de imagen. Los retos de los nuevos gabinetes de comunicación. Barcelona: Paidós, 2004.
BARQUERO, José Daniel. Comunicación estratégica. Madrid: Mc Graw Hill, 2005.
BEL MALLÉN, José Ignacio. Comunicar para crear valor: la dirección de comunicación en las organizaciones. Pamplona: EUNSA, 2004. Fundación COSO y Eunsa. España 2004
GARCÍA OROSA, Berta. Los altavoces de La actualidad: radiografía de los gabinetes de comunicación. Netbiblo, 2005.
LOSADA DÍAZ, Juan Carlos. Comunicación en la gestión de crisis. Lecciones prácticas. Barcelona: UOC, 2010.
GUIJARRO GONZÁLEA, Antonio. La comunicación externa e interna en el ámbito laboral y empresarial. [S.L.]: Ada Book, 2009
LACASA Y BLAY, Antonio. Gestión de la comunicación empresarial. Barcelona: Gestión 2000, 2004.
ARROYO, Luis; YUS, Magali. Los cien errores de la comunicación de las organizaciones. Madrid: ESIC, 2008
ALMENARA ALOY, Jaume (coord.); ROMEO DELGADO, Marina; ROCA PÉREZ, Xavier (col.). Comunicación interna en la empresa. Barcelona: UOC, 2005

Páginas web recomendadas:

Asociación de Directivos de Comunicación	http://www.dircom.org
Revista DIRCOM	http://www.revistadircom.com
Asociación de Empresas Consultoras en Relaciones Públicas y Comunicación	http://www.adecec.com
El Espacio del Dircom	http://www.espaciodircom.com
Noticias de la Comunicación	http://www.noticom.es
Portal de la Comunicación	http://www.portalcomunicacion.com
Portal de la Comunicación y las Relaciones Públicas	http://www.topcomunicacion.com

* Guía Docente sujeta a modificaciones