

## DATOS BÁSICOS DE LA GUÍA DOCENTE:

<b>Materia:</b>	ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN DEL GABINETE DE COMUNICACIÓN		
<b>Identificador:</b>	30134		
<b>Titulación:</b>	GRADUADO EN PERIODISMO. PLAN 2008 (BOE 15/12/2008)		
<b>Módulo:</b>	PERFIL EN COMUNICACION INSTITUCIONAL		
<b>Tipo:</b>	OPTATIVA		
<b>Curso:</b>	4	<b>Periodo lectivo:</b>	Primer Cuatrimestre
<b>Créditos:</b>	6	<b>Horas totales:</b>	150
<b>Actividades Presenciales:</b>	20	<b>Trabajo Autónomo:</b>	130
<b>Idioma Principal:</b>	Castellano	<b>Idioma Secundario:</b>	Inglés
<b>Profesor:</b>		<b>Correo electrónico:</b>	

## 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:

<b>Competencias Generales de la titulación</b>	G01	Capacidad de análisis y síntesis
	G02	Resolución de problemas
	G03	Capacidad de organización y planificación
	G04	Comunicación escrita y verbal en lengua materna
	G05	Uso de las tecnologías de la Información
	G06	Conocimiento de un idioma extranjero
	G07	Trabajo en equipo.
	G08	Habilidades interpersonales
	G09	Compromiso ético
	G10	Capacidad de trabajar en un contexto internacional
	G11	Capacidad de aplicar conocimientos

	G12	Capacidad de generar nuevas ideas (creatividad)
	G13	Capacidad de investigación
<b>Competencias Específicas de la titulación</b>	E01	Capacidad y habilidad para expresarse con fluidez y eficacia comunicativa en las lenguas propias de manera oral y escrita, sabiendo aprovechar los recursos lingüísticos y literarios que sean más adecuados a los distintos medios de comunicación
	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
	E09	Capacidad y habilidad para utilizar los sistemas y recursos informáticos y sus aplicaciones interactivas
	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
	E13	Comprensión de los datos y de las operaciones matemáticas efectuadas con algunos de ellos de uso corriente en los medios de comunicación y capacidad y habilidad para saber utilizar datos y estadísticas de manera correcta y comprensible para la divulgación mayoritaria
	E15	Capacidad de trabajar en un contexto internacional con una sensibilidad hacia la diversidad y la multiculturalidad y con una comprensión de culturas y costumbres de otros países
	E16	Capacidad para saber interpretar y analizar del estado del mundo y de su evolución histórica reciente en particular de las sociedades europea, mediterránea, americana, africana y asiática, así como de la comprensión de sus parámetros básicos (políticos, económicos y culturales)
	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 y deontología profesional del periodismo así como del ordenamiento jurídico de la información, que afecta tanto a la práctica profesional como a los límites de la libertad de expresión y a la conducta ética que debe presidir el quehacer del informador y del comunicador con arreglo al compromiso cívico derivado de la información como bien público
	E19	Capacidad para saber interpretar la estructura de los medios de comunicación y de sus principales formatos, en tanto que expresiones de los modos de vida y de sus culturas, en su relación con los contextos sociales y sus cambios
E20	Capacidad para generar y difundir los principales debates y acontecimientos mediáticos derivados de la coyuntura actual, según las estrategias comunicativas e intereses de todo tipo	
<b>Resultados de Aprendizaje</b>	R01	Aprender las funciones y el sistema de funcionamiento de un gabinete de comunicación.
	R02	Comprender la contribución de un gabinete de comunicación 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:

<b>1 - DEL GABINETE DE COMUNICACIÓN A LA DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN</b>
1.1 - El DIRCOM
1.1.1 - Estrategia y gestor
1.1.2 - Perfil y cualidades
<b>2 - LA COMUNICACIÓN EN LAS INSTITUCIONES</b>
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
<b>3 - LA GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL: PRINCIPALES EJES VERTEBRADORES</b>
3.1 - Responsabilidad Social Corporativa (RSC)
3.2 - Marca corporativa
3.3 - Comunicación Interna
3.4 - Relaciones Institucionales
3.5 - Comunicación Externa
<b>4 - PRINCIPALES INSTRUMENTOS DE LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL</b>
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
<b>Actividades Presenciales</b>	Casos prácticos	8
	Resolución de prácticas, problemas, ejercicios etc.	6
	Exposiciones de trabajos de los alumnos	2
	Otras actividades prácticas	4
<b>Trabajo Autónomo</b>	Asistencia a tutorías	20
	Estudio individual	50
	Preparación de trabajos individuales	30
	Realización de proyectos	15
	Tareas de investigación y búsqueda de información	10
	Otras actividades de trabajo autónomo	5

**Horas totales:** 150

## SISTEMA DE EVALUACIÓN:

### Obtención de la nota final:

Trabajos individuales:	50	%
Prueba final:	50	%
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>%</b>

\*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	<a href="http://www.dircom.org">http://www.dircom.org</a>
Revista DIRCOM	<a href="http://www.revistadircom.com">http://www.revistadircom.com</a>
Asociación de Empresas Consultoras en Relaciones Públicas y Comunicación	<a href="http://www.adecec.com">http://www.adecec.com</a>
El Espacio del Dircom	<a href="http://www.espaciodircom.com">http://www.espaciodircom.com</a>
Noticias de la Comunicación	<a href="http://www.noticom.es">http://www.noticom.es</a>
Portal de la Comunicación	<a href="http://www.portalcomunicacion.com">http://www.portalcomunicacion.com</a>
Portal de la Comunicación y las Relaciones Públicas	<a href="http://www.topcomunicacion.com">http://www.topcomunicacion.com</a>

\* Guía Docente sujeta a modificaciones