# Proyecto/Guía docente de la asignatura

Se debe indicar de forma fiel cómo va a ser desarrollada la docencia. Esta guía debe ser elaborada teniendo en cuenta a todo el profesorado de la asignatura. Conocidos los espacios y profesorado disponible. Los detalles de la asignatura serán informados por el Campus Virtual.
Se recuerda la importancia que tienen los comités de título en su labor de verificar la coherencia de las guías docentes de acuerdo con lo recogido en la memoria de verificación del título y/o en sus planes de mejora. Por ello, **tanto la guía, como cualquier modificación** que sufra en aspectos "regulados" (competencias, metodologías, criterios de evaluación y planificación, etc..) deberá estar **informada favorablemente por el comité** de título **ANTES** de ser colgada en la aplicación web de la UVa. Se ha añadido una fila en la primera tabla para indicar la fecha en la que el comité revisó la guía.

| | | | |
|---|---|---|---|
| **Asignatura** | Comunicación Organizacional | | |
| **Materia** | Análisis de la Comunicación en el espacio público | | |
| **Módulo** | | | |
| **Titulación** | Periodismo | | |
| **Plan** | 420 | **Código** | 41346 |
| **Periodo de impartición** | Primer Cuatrimestre | **Tipo/Carácter** | Obligatoria |
| **Nivel/Ciclo** | Grado | **Curso** | 3º |
| **Créditos ECTS** | 6 créditos ECTS | | |
| **Lengua en que se imparte** | Castellano | | |
| **Profesor/es responsable/s** | Turno de mañana:<br>Patricia Durántez Stolle<br>Alicia Gil Torres<br>Turno de tarde:<br>Iris Simón Astudillo<br>Profesor 2 pendiente | | |
| **Datos de contacto (E-mail, teléfono…)** | patricia.durantez@uva.es<br>alicia.gil@uva.es<br>iris.simon@uva.es | | |
| **Departamento** | Historia Moderna, Contemporánea, de América y Periodismo | | |
| **Fecha de revisión por el Comité de Título** | 26 de junio de 2023 | | |

## 1. Situación / Sentido de la Asignatura

### 1.1 Contextualización

La comunicación es uno de los factores fundamentales en el funcionamiento de las organizaciones, independientemente de su condición, privada o pública, actividad o finalidad. El objetivo básico de la comunicación organizacional, además de transmitir información, es establecer un vínculo con los distintos públicos entre los que se encuentran los medios de comunicación. Irradiar confianza y credibilidad son dos de los rasgos esenciales de todo gabinete de prensa.

### 1.2 Relación con otras materias

La asignatura forma parte de la materia “Análisis de la Comunicación en el espacio público”.

### 1.3 Prerrequisitos

El alumno debe tener conocimientos básicos en redacción y en Teorías de la Comunicación; y en el funcionamiento de los medios de comunicación y el análisis de los mensajes informativos.

## 2. Competencias

### 2.1 Generales

G.1. Capacidad de análisis y síntesis

El logro de esta competencia implica ser capaz de definir, distinguir y relacionar tanto los conceptos básicos como las premisas sobre las que se construye la exposición de cualquier argumento, así como de enunciar y fundamentar su contenido de forma sintética y crítica, en el contexto –científico, político, mediático, organizacional o del tipo que sea– en el que se presentan.

G.2. Planificación y organización

La adquisición de esta competencia significa ser capaz de determinar los objetivos, fines o prioridades del trabajo a desempeñar, organizando los plazos y los recursos necesarios y controlando los procesos establecidos.

G.3. Comunicación oral y escrita en la lengua propia de su país

El logro de esta competencia implica comprender y expresarse de forma correcta en la lengua castellana, tanto por escrito como oralmente.

G. 5. Utilización de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación tanto en el ámbito del estudio, como en el contexto profesional.

La adquisición de esta competencia supone la capacidad para utilizar las TIC como herramienta de comunicación, acceso a las fuentes de información, archivo de datos y documentos, así como para la presentación, aprendizaje, investigación y trabajo cooperativo.

G. 6. Gestión y búsqueda de la información

El logro de esta competencia implica ser capaz de buscar, seleccionar, ordenar y relacionar informaciones provenientes de distintas fuentes.

G.7. Resolución de problemas y toma de decisiones

El logro de esta competencia implica ser capaz de, a partir de los conocimientos adquiridos, resolver problemas – o emitir un juicio sobre los mismos- sean éstos de índole teórica, práctica, o técnica; así como hacerlo de forma razonada, prudente, con empatía y eficacia.

### 2.2 Específicas

E3 - Conocer el sistema mediático nacional e internacional.

E4 - Ser capaz de idear, planificar y ejecutar proyectos y tareas informativas.

E5 - Ser capaz de comunicar en el lenguaje propio de cada uno de los medios de comunicación.

E6 - Ser capaz de localizar y gestionar informativamente fuentes, documentación y contenidos especializados.

E7 - Ser capaz de expresarse correctamente en la lengua propia y en una lengua extranjera, en particular el inglés.

E8 - Tomar conciencia de la trascendencia del Periodismo como herramienta central del conocimiento y juicio sobre la realidad de las sociedades actuales, así como de la responsabilidad que ello implica.

E9 - Asumir como valor esencial en el ejercicio del periodismo la función social de la información según la formulan los principios generales del Derecho y la Declaración Universal de los Derechos Humanos.

## 3. Objetivos

- Dotar al alumno del conocimiento de la comunicación propia que se genera en instituciones, tanto de carácter público como privado, de los métodos y herramientas de difusión interna y externa de los mensajes, y de los procesos de elaboración de material discursivo, especialmente para los medios de comunicación.

- Capacitar al alumno para gestionar un departamento de comunicación, tanto en el apartado de comunicación externa (redacción de notas informativas, contacto con los medios, archivo, confección de publicaciones para clientes o usuarios, comunicación en situaciones de crisis, diseño y control de la imagen de la institución), como en el apartado de comunicación interna (elaboración de boletines, notas, revista interna, etc.).

- Capacitar al alumno para enfrentarse al desempeño de las funciones propias de un director de comunicación de una institución, ya sea de índole pública o privada.

- Capacitarle para crear, dirigir y trabajar en un departamento de comunicación poniendo en práctica un modelo comunicativo global e integrador de los diferentes ámbitos de la comunicación organizacional (externa, interna, de crisis y corporativa) tanto en su dimensión offline como online.

- Capacitarle para identificar y gestionar valores intangibles relevantes para la comunicación como la imagen y la identidad corporativa, prestando especial atención a la reputación y a la responsabilidad social de las entidades.

- Dotar al alumno del conocimiento de las implicaciones, transformaciones y oportunidades que las tecnologías de la información suponen en la práctica de la comunicación organizacional. Capacitarle para aplicar criterios rigurosos y bien definidos sobre la comunicación organizacional en la Red para analizar, planificar y gestionar la presencia y actuación de las instituciones en los medios sociales virtuales.

## 4. Contenidos y/o bloques temáticos

### Bloque 1. FUNDAMENTOS DE LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL (1'5 cr. ECTS)

1. 1. Evolución histórica
1. 2. Conceptos básicos
1. 3. La importancia de los valores intangibles

### Bloque 2. COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA (3 cr. ECTS)

2. 1. Herramientas de la comunicación interna
2. 2. Herramientas de la comunicación externa
2. 3. Estrategias comunicativas y plan de comunicación

### Bloque 3. GESTIÓN DE CRISIS (1'5 cr. ECTS)

3. 1. La gestión integral de la comunicación de crisis
3. 2. Valoración de casos

**Carga de trabajo en créditos ECTS: 6**

### a. Contextualización y justificación

La comunicación que surge de la organización tiene como objetivos convertir a la entidad en fuente legitimada de información para sus públicos, generar una imagen y reputación positivas y posicionarse como agente social además de en su sector de actividad. Definir esos públicos de interés y sus características para decidir los canales y mensajes de comunicación más adecuados a ellos constituye uno de los retos básicos de la práctica de la comunicación organizacional. Para la organización, a través de su gabinete de comunicación, es clave desarrollar una coherencia entre su identidad, su comunicación y su acción, gracias a la planificación estratégica de las diversas actuaciones tanto en su desempeño habitual como en las situaciones de crisis. Además, gracias a las herramientas digitales que los conectan directamente con los ciudadanos, la comunicación que generan estas organizaciones se convierte en un elemento generador de la realidad percibida por los mismos, tan importante como los medios de comunicación tradicionales. Por último, hay que destacar que esta planificación de la comunicación organizacional no es exclusiva de grandes corporaciones, sino que resulta beneficiosa para todo tipo de entidades, independientemente de su tamaño, condición o actividad.

### b. Objetivos de aprendizaje

Se trata de aportar al alumno una visión integral del sentido y aplicaciones de la comunicación organizacional, así como de las herramientas básicas en su desarrollo, tanto interno como externo.

### c. Contenidos

- Fundamentos de la Comunicación Organizacional: evolución histórica, conceptos básicos (gabinete de comunicación, *stakeholders*, dircom, responsable de prensa…) y definición de los valores intangibles
- Comunicación Interna: herramientas tradicionales y digitales
- Comunicación Externa: herramientas tradicionales y digitales de relación con los públicos y los medios
- Concepto y fases del Plan de comunicación y de la Gestión de crisis.

El desglose detallado de los contenidos y su temporalización, actividades, bibliografía específica y recursos complementarios se indicarán en el campus virtual de la asignatura.

## d. Métodos docentes

Se seguirá preferentemente la metodología del Aprendizaje por Proyectos. Además, se impartirán clases magistrales, se propondrán estudios de caso, se fomentará el aprendizaje colaborativo con prácticas grupales y se expondrán/corregirán los resultados de los ejercicios propuestos dentro y fuera del aula. Si la situación sanitaria lo permite se recibirán visitas de profesionales y/o se realizarán visitas fuera de las instalaciones de la facultad.

## e. Plan de trabajo

Exposición teórica de los aspectos conceptuales; propuesta de ejercicios para fomentar el aprendizaje por descubrimiento; corrección y puesta en común de resultados.

## f. Evaluación

Lo indicado en el apartado *7. Sistema y características de la evaluación*

## g Material docente

### g.1 Bibliografía básica

Aced, C. (2010). *Perfiles profesionales 2.0.* UOC.

Andrade, H. (2005). *Comunicación organizacional interna.* Netbiblo

Bel Mallén, J. I. (Coord.) (2005). *Comunicar para crear valor. La dirección de comunicación en las organizaciones*. Eunsa

Capriotti, P. (1999). *Planificación estratégica de la imagen corporativa*. Ariel.

Costa, J. (2008). *El DirCom hoy: dirección y gestión de la comunicación en la nueva economía*. Costa PuntoCom.

García Orosa, B. (2009). *Gabinetes de comunicación on line. Claves para generar información corporativa en la red.* Comunicación social.

Jiménez Zarco, A. I., Rodríguez Ardura, I., & Conesa Fernández, D. (2011). *Comunicación e imagen corporativa.* UOC.

Losada Vázquez, Á. y Esteve Ramírez, F. (Eds.) (2003). *El periodismo de fuente*. Universidad de Salamanca.

Mora, J. M. (Ed.). (2009). *Diez ensayos de comunicación institucional.* Universidad de Navarra.

Morató Bullido, J. (2016). *La comunicación corporativa*. UOC.

Túñez, M. y Costa, C. (2014). *Comunicación corporativa: claves y escenarios*. UOC.

Ramírez, T. (1995). *Gabinetes de comunicación: funciones, disfunciones e incidencia*. Bosch.

### g.2 Bibliografía complementaria

Capriotti P. (2009). *Branding Corporativo. Fundamentos para la gestión estratégica de la Identidad Corporativa*. Business School Universidad Mayor.

Costa Sánchez, C., Martínez, S. (Eds). (2018). *Comunicación corporativa audiovisual y online: innovación y tendencias*. UOC

López Menacho, J. (2018). *SOS: 25 casos para superar una crisis de reputación digital*. UOC

### g.3 Otros recursos telemáticos (píldoras de conocimiento, blogs, videos, revistas digitales, cursos masivos (MOOC), …)

- https://cristinaaced.com/blog/

### h. Recursos necesarios

Imprescindible acceso al Campus Virtual y al correo institucional de la Universidad.

### i. Temporalización

| CARGA ECTS | PERIODO PREVISTO DE DESARROLLO |
|---|---|
| Bloque 1: 1’5 créditos ECTS | Septiembre |
| Bloque 2: 3 créditos ECTS | Octubre y noviembre |
| Bloque 3: 1’5 créditos ECTS | Diciembre |

## 5. Métodos docentes y principios metodológicos

Se seguirá preferentemente la metodología del Aprendizaje por Proyectos. Asimismo, y en función de las necesidades del alumnado, las circunstancias sanitarias y la asimilación del contenido se pueden plantear:

- clases magistrales de carácter teórico
- dinámicas de grupo o *roleplay*
- estudio de caso
- dinámicas de aprendizaje colaborativo

## 6. Tabla de dedicación del estudiantado a la asignatura

| ACTIVIDADES PRESENCIAL ES o PRESENC IAL ES A DISTANCIA(1) | HORAS | ACTIVIDADES NO PR ESENCIAL ES | HORAS |
|---|---|---|---|
| Clases teórico-prácticas (T/M) | 30 | Estudio y trabajo autónomo individual | 50 |
| Clases prácticas de aula (A) | 30 | Estudio y trabajo autónomo grupal | 40 |
| Total presencial | **60** | Total no presencial | **90** |
| | | TOTAL presencial + no presencial | **150** |

(1) Actividad presencial a distancia es cuando un grupo sigue una videoconferencia de forma síncrona a la clase impartida por el profesor.

## 7. Sistema y características de la evaluación

La asignatura se regirá preferentemente por un sistema de **evaluación continua.**

| INSTRUMENTO/PROCEDIMIENTO | PESO EN LA NOTA FINAL | OBSERVACIONES |
|---|---|---|
| Prueba calificadora de adquisición de contenidos teóricos | 30% | En el examen se deberá alcanzar al menos un 1,2 sobre 3 (un 40%) para hacer la media. |
| Prácticas individuales y grupales | 30% | En la parte práctica es necesario alcanzar al menos 3'5 puntos de 7 (un 50%) para hacer media con el examen teórico.<br><br>En el proyecto final grupal la nota puede no ser colectiva. Todo depende del nivel de implicación de cada miembro. |
| Trabajo grupal final | 40% | |

**CRITERIOS DE CALIFICACIÓN**

- **Convocatoria ordinaria:**
  - La suma de las distintas partes evaluables dará lugar a la nota final, siempre que el alumno haya alcanzado la nota mínima requerida cada uno de los 2 apartados (teoría y práctica).
  - Solo para casos muy excepcionales y debidamente justificados en los que se acredite la imposibilidad de realizar un proyecto grupal, el profesorado podrá admitir que un estudiante realice una prueba de evaluación final teórico-práctica con un valor del 70% y entregue una serie de trabajos o prácticas acordadas con los docentes por un valor del 30%, para lo cual el alumno debe contactar con ellos al menos un mes antes de la fecha oficial del examen con el objeto de poder realizar dichas prácticas. Si no es así, se desestimará la petición.

- **Convocatoria extraordinaria(*):**
  - Para los alumnos que en la convocatoria ordinaria hubieran alcanzado el mínimo exigido en la parte práctica, se conservará dicha nota y realizarán el examen teórico sobre el 30%.
  - El resto de estudiantes se enfrentarán a un examen único teórico-práctico por valor del 100% de la nota.

**(*) Se entiende por convocatoria extraordinaria la segunda convocatoria.**
**Art 35.4 del ROA 35.4. La participación en la convocatoria extraordinaria no quedará sujeta a la asistencia a clase ni a la presencia en pruebas anteriores, salvo en los casos de prácticas externas, laboratorios u otras actividades cuya evaluación no fuera posible sin la previa realización de las mencionadas pruebas.**
https://secretariageneral.uva.es/wp-content/uploads/VII.2.-Reglamento-de-Ordenacion-Academica.pdf

## 8. Consideraciones finales

**Importante**: En ambas convocatorias, las faltas de ortografía y las tildes serán motivo de suspenso, tanto en la parte práctica como en la prueba teórica. No se permitirá el acceso al examen una vez que haya dado comienzo el mismo.

El plagio en un trabajo supone un cero en esa actividad, al igual que detectar a un alumno copiando en la prueba escrita. La utilización de herramientas de Inteligencia Artificial también será objeto de penalización, salvo en caso de que así los propios docentes hayan estipulado previamente su uso para algún ejercicio.

No se conservan notas de trabajos o prácticas realizados en cursos anteriores.