UNIVERSIDADE DA CORUÑA

Guía Docente				
Datos Identificativos				2021/22
Asignatura (*)	Comunicación corporativa		Código	616G01013
Titulación				
Descriptores				
Ciclo	Período	Curso	Tipo	Créditos
Grao	1º cuadrimestre	Segundo	Obrigatoria	6
Idioma	CastelánGalego			
Modalidade docente	Híbrida			
Prerrequisitos				
Departamento	Socioloxía e Ciencias da Comunicación			
Coordinación	Costa Sanchez, Carmen	Correo electrónico	carmen.costa@udc.es	
Profesorado	Costa Sanchez, Carmen López Golán, Mónica	Correo electrónico	carmen.costa@udc.es monica.lopez.golan@udc.es	
Web				
Descrición xeral	El profesional de la comunicación tiene enormes posibilidades de desarrollo profesional no sólo en los medios de comunicación, sino también en los departamentos de comunicación de las organizaciones (también llamados gabinetes de comunicación). Las empresas e instituciones necesitan cultivar las relaciones con sus públicos (externos, intermedios e internos) para mejorar su imagen y la gestión de la organización. En la actualidad, los medios interactivos y audiovisuales tienen cada vez más importancia y es preciso contar con profesionales que dominen todas sus posibilidades expresivas. Esta materia se imparte en segundo curso de grado una vez que se han alcanzado conocimientos básicos y se comienza a tomar contacto con los grandes campos profesionales de la comunicación: el periodismo, la publicidad, la ficción, los formatos de televisión y el diseño. Mantiene una especial relación con la materia Publicidad Audiovisual por compartir el código comunicativo de la persuasión y con la materia de tercer curso Análisis Audiovisual porque posee un enfoque esencialmente práctico inseparable del efecto social de su mensaje, es decir, la comunicación corporativa pretende obtener un determinado efecto en su audiencia sin el cual carece de sentido.			
Plan de continxencia	1. Modificacións nos contidos Os contidos mantéñense, aínda nun escenario de non presencialidade. 2. Metodoloxías A docencia interactiva será exclusivamente online nun escenario de non presencialidade. Traballarase igualmente con metodoloxías de obradoiro en avaliación continuada. 3. Mecanismos de atención personalizada ao alumnado Por medio de teams e correo electrónico, darase soporte ao alumnado para a realización das tarefas. 4. Modificacións na avaliación A proba escrita será online nun escenario de non presencialidade. 5. Modificacións da bibliografía ou webgrafía Non hai modificacións.			

Competencias / Resultados do título	
Código	Competencias / Resultados do título

Resultados da aprendizaxe	
Resultados de aprendizaxe	Competencias / Resultados do título

Conocer la función y planificación estratégica de la comunicación en las organizaciones	A1 A3 A7 A9 A10 A12	B1 B2 B3 B4 B5 B6 B7 B8 B9	C1 C2 C3 C4
Saber relacionarse con los medios de comunicación mediante las principales técnicas: notas de prensa, ruedas de prensa, dossier, vídeo, audio y soporte interactivo.	A1 A2 A7 A8		
Elaborar mensajes para su difusión corporativa externa e interna	A1		
Diseñar y producir eventos corporativos	A1 A2 A3 A7 A8 A9		

Contidos	
Temas	**Subtemas**
TEMA 1. A COMUNICACIÓN CORPORATIVA	1.1. Introdución. 1.2. Antecedentes históricos da actividade profesional. 1.3. Definición. Obxectivo/s. 1.4. Públicos. Mapa de públicos. 1.5. Planificar a comunicación.
TEMA 2. IDENTIDADE AUDIOVISUAL E MULTIMEDIA	2.1. Introdución. Conceptos. 2.2. Rankings de medición de reputación. 2.3. Identidade gráfica corporativa. 2.4. Do vídeo aos vídeos corporativos. 2.5. Xestión da comunicación online. O community manager.
TEMA 3. ORGANIZACIÓN DE EVENTOS	3.1. Obxectivos. 3.2. Tipoloxía. 3.3. Etapas. 3.4. A conferencia de prensa.
TEMA 4. PORTAVOCÍA AUDIOVISUAL	4.1. O voceiro. 4.2. Preparación argumental do portavoz. 4.3. Comunicación Non Verbal. 4.4. Portavocía en contexto de crise. 4.5. Intervencións nos medios audiovisuais.
TEMA 5. AUDITORIA DE COMUNCACIÓN	5.1. Introdución. Concepto. 5.2. Obxectivos. 5.3. Auditoría de comunicación interna. 5.4. Auditoría de imaxe nos medios.

TEMA 6. COMUNICACIÓN INTERNA	6.1. Introdución. 6.2. Fundamentos. 6.3. Situación actual. 6.4. Tipoloxía. Funcións. 6.5. Canles de comunicación interna.

Planificación				
Metodoloxías / probas	Competencias / Resultados	Horas lectivas (presenciais e virtuais)	Horas traballo autónomo	Horas totais
Obradoiro	A1 A2 A3 A7 A8 A9 A10	29	46	75
Sesión maxistral	A1 A2 A3 A7 A8 A9 A10 A12 B1 B2 B3 B4 B5 B6 B7 B8 B9 C1 C2 C3 C4	28	33.5	61.5
Aprendizaxe servizo	A1 A2 A3 A12 B2 B4 B6 C2 C3 C4	3	7.5	10.5
Proba obxectiva	A1 A2 A3 A7 A8 A9 A10	1	0	1
Atención personalizada		2	0	2
*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientativo, considerando a heteroxeneidade do alumnado				

Metodoloxías	
Metodoloxías	Descrición
Obradoiro	Talleres prácticos desenvolvidos nos grupos medianos. A docencia interactiva combinará unha metodoloxía presencial/online e síncrona/asíncrona.
Sesión maxistral	Exposición de teoría e casos aplicados, que se complementarán con lecturas e estudos de caso. A docencia expositiva será fundamentalmente online.
Aprendizaxe servizo	Desenvolvemento de obradoiro aplicado a unha organización real.
Proba obxectiva	Para avaliar os coñecementos adquiridos.

Atención personalizada	
Metodoloxías	Descrición
Sesión maxistral Obradoiro	Titorías individuais ou en pequenos grupos, mediante correo electrónico e Teams.

Avaliación			
Metodoloxías	Competencias / Resultados	Descrición	**Cualificación**
Obradoiro	A1 A2 A3 A7 A8 A9 A10	Avaliarase o resultado, así como o proceso de planificación e desenvolvemento dos traballos. A metodoloxía de Aprendizaxe-servizo inclúese nesta avaliación como alternativa a un dos traballos tutelados.	60
Proba obxectiva	A1 A2 A3 A7 A8 A9 A10	Proba escrita dos contidos da materia.	40

Observacións avaliación

Requírese superar tanto a parte práctica como a proba escrita da materia.
Non se admiten faltas de ortografía, nin en traballos nin no exame.
Mantéñense os criterios para a convocatoria de xullo.
Aqueles estudantes que non completaron o proceso de avaliación continua e/ou que non se presentaran ao exame da convocatoria oficial poderán optar á segunda oportunidade establecida polo calendario de exames. Nesta convocatoria a profesora fixará un novo prazo de entrega dos traballos prácticos.
Para o alumnado con recoñecemento de dedicación parcial e dispensa académica de exención de asistencia, os criterios, actividades e o peso que terán na avaliación serán o mesmo para as dúas oportunidades.

Fontes de información	
Bibliografía básica	- Cornelissen, J. (2011). Corporate Communication. A guide to theory and practice.. London: SAGE. - Dotras, A. (2016). Social media. Herramientas y estrategias empresariales.. Madrid: RAMA Editorial. - Costa Sánchez, C.; Piñeiro Otero, T. (2013). Estrategias de comunicación multimedia. Barcelona: UOC - Costa-Sánchez, Carmen y Martínez Costa, Sandra (2018). Comunicación Corporativa Audiovisual y Online. Innovación y tendencias. . Barcelona: UOC - Estanyol Casals, E., García Simón, E. y Lalueza, F. (2016). ¿Cómo elaborar un plan de comunicación corporativa?. Barcelona: Editorial UOC. - Grunig, J. y Hunt, T. (2003). Dirección de Relaciones Públicas.. Barcelona: Gestión 2000. - Losada Díaz, J. C. (coord.) (2004). Gestión de la comunicación en las organizaciones. Barcelona: Ariel - Túñez López, M. ; Costa-Sánchez, C. (2014). Comunicación corporativa. Claves y escenarios.. Barcelona: UOC - Túñez López, M. (2012). La gestión de la comunicación en las organizaciones.. Sevilla: Comunicación Social. - Xifra, J. (2014). Manual de Relaciones Públicas e Institucionales.. Madrid: Editorial Tecnos.
Bibliografía complementaria	- Aced, Cristina (2013). Relaciones Públicas 2.0.. Barcelona: UOC. - Camacho Markina, I. (2017). Formación de portavoces: Cómo conseguir una comunicación efectiva ante los medios y otros públicos.. Barcelona: Editorial UOC - García Orosa, B. (2005). Los altavoces de la actualidad: Radiografía de los gabinetes de comunicación‎. A Coruña: NetBiblo. - Jiménez Morales, M. y Panizo Alonso, J. (2017). Eventos y protocolo: la gestión estratégica de actos corporativos e institucionales. . Barcelona: Editorial UOC - Sanjuán, A. (2002). Esto Rompe. Casos de Productos en Apuros y Gestión de Crisis.. A Coruña: NetBiblo.

Recomendacións
Materias que se recomenda ter cursado previamente
Comunicación oral e escrita/616G01001 Comunicación e industrias culturais/616G01009
Materias que se recomenda cursar simultaneamente
Materias que continúan o temario
Estratexias de comunicación multimedia/616G01035
Observacións

(*)A Guía docente é o documento onde se visualiza a proposta académica da UDC. Este documento é público e non se pode modificar, salvo casos excepcionais baixo a revisión do órgano competente dacordo coa normativa vixente que establece o proceso de elaboración de guías