



Guía Docente				
Datos Identificativos				2023/24
Asignatura (*)	Comunicación corporativa	Código	616G01013	
Titulación	Grao en Comunicación Audiovisual			
Descritores				
Ciclo	Período	Curso	Tipo	Créditos
Grao	1º cuatrimestre	Segundo	Obrigatoria	6
Idioma	CastelánGalego			
Modalidade docente	Presencial			
Prerrequisitos				
Departamento	Socioloxía e Ciencias da Comunicación			
Coordinación	Costa Sanchez, Carmen	Correo electrónico	carmen.costa@udc.es	
Profesorado	Costa Sanchez, Carmen	Correo electrónico	carmen.costa@udc.es	
Web				
Descrición xeral	<p>O/A profesional da comunicación ten enormes posibilidades de desenvolvemento profesional non só nos medios de comunicación, senón tamén nos departamentos de comunicación das organizacións (tamén chamados gabinetes de comunicación).</p> <p>As empresas e institucións necesitan cultivar as relacións cos seus públicos (externos, intermedios e internos) para mellorar a súa imaxe e a xestión da organización.</p> <p>Na actualidade, os medios interactivos e audiovisuais teñen cada vez máis importancia e cómpre contar con profesionais que dominen todas as súas posibilidades expresivas.</p> <p>Esta materia impártese en segundo curso de grao unha vez que se alcanzaron coñecementos básicos e se comeza a tomar contacto cos grandes campos profesionais da comunicación: o xornalismo, a publicidade, a ficción, os formatos de televisión e o deseño. Mantén unha especial relación coa materia Publicidade Audiovisual por compartir o código comunicativo da persuasión e coa materia de terceiro curso Análise Audiovisual porque posúe un enfoque esencialmente práctico inseparable do efecto social de súa mensaxe, é dicir, a comunicación corporativa pretende obter un determinado efecto na súa audiencia sen o cal carece de sentido.</p>			

Competencias / Resultados do título	
Código	Competencias / Resultados do título
A1	Comunicar mensaxes audiovisuais.
A2	Crear produtos audiovisuais.
A3	Xestionar proxectos audiovisuais.
A7	Coñecelas técnicas de creación e produción audiovisual.
A8	Coñecela tecnoloxía audiovisual.
A9	Coñecelos modelos de xestión.
A10	Coñecelo marco legal e deontolóxico.
A12	Coñecelos principais códigos da mensaxe audiovisual.
B1	Que os estudantes demostraran posuir e comprender coñecementos nun área de estudo que parte da base da educación secundaria xeral, e adoitan atoparse nun nivle que, se ben se apoia en libros de textos avanzados, inclúe tamén algún aspectos que implican coñecementos procedentes da vangarda do seu eido de estudo.
B2	Que os estudantes saiban aplicar os seus coñecementos ao seu traballo ou vocación dun xeito profesional e posúan as competencias que adoitan amosarse por medio da elaboración e defensa de argumentos e a resolución de problemas dentro da súa área de estudo.
B3	Que os estudantes teñan a capacidade de reunir e interpretar os datos relevantes (normalmente dentro da súa área de estudo) para emitir xuízos que acheguen unha reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica ou ética
B4	Que os estudantes poidan transmitir información, ideas, problemas e solucións a un público tanto especializado como non especializado
B5	Que os estudantes desenvolvesen aquelas habilidades de aprendizaxe precisas para emprender estudos posteriores cun alto grao de autonomía
B6	Expresarse correctamente tanto de xeito oral como escrito en linguas oficiais da comunidade autónoma



B8	Empregar as ferramentas básicas das tecnoloxías da información e as comunicacións (TIC) precisas para o exercicio da súa profesión e para a aprendizaxe ao longo da súa vida.
B9	Desenvolverse para o exercicio dunha cidadanía aberta, culta, crítica, comprometida e solidaria capaz de analizar a realidade, diagnosticar problemas, formular e imbrantar solución baseadas no coñecemento e orientadas ao ben común
C1	Entender a importancia da cultura emprendedora e coñecer os medios ao alcance das persoas emprendedoras.
C2	Valorar criticamente o coñecemento, a tecnoloxía e a información dispoñible para resolver os problemas cos que deben enfrontarse.
C3	Asumir como profesional e cidadán a importancia da aprendizaxe ao longo da vida.
C4	Valorar a importancia que ten a investigación, innovación e o desenvolvemento tecnolóxico no avance socioeconómico e cultural da sociedade.

Resultados da aprendizaxe				
Resultados de aprendizaxe		Competencias / Resultados do título		
Coñecer a función e planificación estratéxica da comunicación nas organizacións.		A1	B1	C1
		A3	B2	C2
		A7	B3	C3
		A9	B4	C4
		A10	B5	
		A12	B6	
			B8	
			B9	
Saber relacionarse cos medios de comunicación mediante as principais técnicas: notas de prensa, roldas de prensa, dossier, vídeo, audio e soporte interactivo.		A1		
		A2		
		A7		
		A8		
Elaborar mensaxes para a súa difusión corporativa externa e interna		A1		
Diseñar e producir eventos corporativos		A1		
		A2		
		A3		
		A7		
		A8		
		A9		

Contidos	
Temas	Subtemas
TEMA 1. A COMUNICACIÓN CORPORATIVA	1.1. Introducción. 1.2. Antecedentes históricos da actividade profesional. 1.3. Definición. Obxectivo/s. 1.4. Planificar a comunicación.
TEMA 2. IDENTIDADE AUDIOVISUAL E MULTIMEDIA	2.1. Introducción. Conceptos. 2.2. Identidade gráfica corporativa. 2.3. 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. Intervencións nos medios audiovisuais.



TEMA 5. AUDITORIA DE COMUNICACIÓN	5.1. Introducción. Concepto. 5.2. Obxectivos.
TEMA 6. COMUNICACIÓN INTERNA	6.1. Introducción. 6.2. Fundamentos. 6.3. Situación actual.

Planificación				
Metodoloxías / probas	Competencias / Resultados	Horas lectivas (presenciais e virtuais)	Horas traballo autónomo	Horas totais
Obradoiro	A1 A2 A3 A7 A8 A9 A10	27	29	56
Sesión maxistral	A1 A2 A3 A7 A8 A9 A10 A12 B9 B8 B6 B5 B4 B3 B2 B1 C1 C2 C3 C4	28	56	84
Aprendizaxe servizo	A1 A2 A3 A12 B2 B4 B6 C2 C3 C4	3	5	8
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.
Sesión maxistral	Exposición de teoría e casos aplicados, que se complementarán con lecturas e estudos de caso.
Aprendizaxe servizo	Desenvolvemento de obradoiro aplicado a unha organización real.

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

Avaliación			
Metodoloxías	Competencias / Resultados	Descrición	Cualificación
Sesión maxistral	A1 A2 A3 A7 A8 A9 A10 A12 B9 B8 B6 B5 B4 B3 B2 B1 C1 C2 C3 C4	Os contidos teóricos e teórico-prácticos serán avaliados por medio dunha proba escrita. Hai que superar asimesmo a parte práctica da materia.	40
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.	60

Observacións avaliación



Requírese superar tanto a parte práctica como a proba escrita da materia. Requírese asistencia. 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.

A realización fraudulenta das probas ou actividades de avaliación, unha vez comprobada, implicará directamente a cualificación de suspenso na convocatoria en que se cometa: o/a estudante será cualificado con ?suspenso? (nota numérica 0) na convocatoria correspondente do curso académico, tanto se a comisión da falta se produce na primeira oportunidade como na segunda. Para isto, procederase a modificar a súa cualificación na acta de primeira oportunidade, se fose necesario.

## Fontes de información

<b>Bibliografía básica</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Costa Sánchez, C.; Piñeiro Otero, T. (2013). Estrategias de comunicación multimedia. Barcelona: UOC</li> <li>- Estanyol Casals, E., García Simón, E. y Lalueza, F. (2016). ¿Cómo elaborar un plan de comunicación corporativa?. Barcelona: Editorial UOC.</li> <li>- Cornelissen, J. (2011). Corporate Communication. A guide to theory and practice.. London: SAGE.</li> <li>- Dotras, A. (2016). Social media. Herramientas y estrategias empresariales.. Madrid: RAMA Editorial.</li> <li>- Costa-Sánchez, Carmen y Martínez Costa, Sandra (2018). Comunicación Corporativa Audiovisual y Online. Innovación y tendencias. . Barcelona: UOC</li> <li>- Grunig, J. y Hunt, T. (2003). Dirección de Relaciones Públicas.. Barcelona: Gestión 2000.</li> <li>- Losada Díaz, J. C. (coord.) (2004). Gestión de la comunicación en las organizaciones. Barcelona: Ariel</li> <li>- Tüñez López, M. ; Costa-Sánchez, C. (2014). Comunicación corporativa. Claves y escenarios.. Barcelona: UOC</li> <li>- Tüñez López, M. (2012). La gestión de la comunicación en las organizaciones.. Sevilla: Comunicación Social.</li> <li>- Xifra, J. (2014). Manual de Relaciones Públicas e Institucionales.. Madrid: Editorial Tecnos.</li> </ul>
<b>Bibliografía complementaria</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aced, Cristina (2013). Relaciones Públicas 2.0.. Barcelona: UOC.</li> <li>- Camacho Markina, I. (2017). Formación de portavoces: Cómo conseguir una comunicación efectiva ante los medios y otros públicos.. Barcelona: Editorial UOC</li> <li>- García Orosa, B. (2005). Los altavoces de la actualidad: Radiografía de los gabinetes de comunicación&amp;#8206;. A Coruña: NetBiblo.</li> <li>- Jiménez Morales, M. y Panizo Alonso, J. (2017). Eventos y protocolo: la gestión estratégica de actos corporativos e institucionales. . Barcelona: Editorial UOC</li> <li>- Sanjuán, A. (2002). Esto Rompe. Casos de Productos en Apuros y Gestión de Crisis.. A Coruña: NetBiblo.</li> </ul>

## 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

