



## Teaching Guide

Identifying Data					2024/25
<b>Subject (*)</b>	Corporate Communication		<b>Code</b>	616G01013	
<b>Study programme</b>	Grao en Comunicación Audiovisual				
Descriptors					
<b>Cycle</b>	<b>Period</b>	<b>Year</b>	<b>Type</b>	<b>Credits</b>	
Graduate	1st four-month period	Second	Obligatory	6	
<b>Language</b>	SpanishGalician				
<b>Teaching method</b>	Face-to-face				
<b>Prerequisites</b>					
<b>Department</b>	Socioloxía e Ciencias da Comunicación				
<b>Coordinador</b>	Costa Sanchez, Carmen	<b>E-mail</b>	carmen.costa@udc.es		
<b>Lecturers</b>	Costa Sanchez, Carmen León Sanjuán, María Victoria de	<b>E-mail</b>	carmen.costa@udc.es victoria.de.leon@udc.es		
<b>Web</b>					
<b>General description</b>	<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>				

## Study programme competences / results

Code	Study programme competences / results
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 imprimir 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.

Learning outcomes			
Learning outcomes	Study programme competences / results		
	A	B	C
Coñecer a función e planificación estratéxica da comunicación nas organizacións.	A1 A3 A7 A9 A10 A12	B1 B2 B3 B4 B5 B6 B8 B9	C1 C2 C3 C4
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		

Contents	
Topic	Sub-topic
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.

Planning				
Methodologies / tests	Competencies / Results	Teaching hours (in-person & virtual)	Student?s personal work hours	Total hours
Workshop	A1 A2 A3 A7 A8 A9 A10	27	29	56
Guest lecture / keynote speech	A1 A2 A3 A7 A8 A9 A10 A12 B1 B2 B3 B4 B5 B6 B8 B9 C1 C2 C3 C4	28	56	84
Aprendizaxe servizo	A1 A2 A3 A12 B2 B4 B6 C2 C3 C4	3	5	8
Personalized attention		2	0	2

(\* )The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students.

Methodologies	
Methodologies	Description
Workshop	Talleres prácticos desenvolvidos nos grupos medianos. A docencia interactiva combinará unha metodoloxía presencial/online.
Guest lecture / keynote speech	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.

Personalized attention	
Methodologies	Description
Guest lecture / keynote speech Workshop	Titorías individuais ou en pequenos grupos, mediante correo electrónico e Teams.

Assessment			
Methodologies	Competencies / Results	Description	Qualification
Guest lecture / keynote speech	A1 A2 A3 A7 A8 A9 A10 A12 B1 B2 B3 B4 B5 B6 B8 B9 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
Workshop	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. A asistencia a actividades complementarias da materia inclúese nesta avaliación.	60

Assessment comments



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.

### Sources of information

<p><b>Basic</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Costa-Sánchez, C.; Túdez-López, M., Míguez-González, M. (2020). Gestión de la comunicación en la PYME . Estudios sobre el mensaje periodístico, 26(3), 927-938.</li> <li>- Costa-Sánchez, C.; Túdez-López, M., Míguez-González, M (2020). Comparative analysis of corporate communication management between companies and institutions. Comunicaçao e Sociedade, 37-51</li> <li>- Costa-Sánchez, Carmen y Martínez Costa, Sandra (2018). Comunicación Corporativa Audiovisual y Online. Innovación y tendencias. . Barcelona: UOC</li> <li>- Cornelissen, J. (2011). Corporate Communication. A guide to theory and practice.. London: SAGE.</li> <li>- Estanyol Casals, E., García Simón, E. y Lalueza, F. (2016). ¿Cómo elaborar un plan de comunicación corporativa?. Barcelona: Editorial UOC.</li> <li>- Dotras, A. (2016). Social media. Herramientas y estrategias empresariales.. Madrid: RAMA Editorial.</li> <li>- García Santamarina, J. V. (2019). Las nuevas fronteras de la comunicación corporativa. 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>- Romero, L. M. (2020). Manual de gestión de la comunicación corporativa. Madrid: Editorial tecnos</li> <li>- Túdez López, M. ; Costa-Sánchez, C. (2014). Comunicación corporativa. Claves y escenarios.. Barcelona: UOC</li> <li>- Túdez 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>
<p><b>Complementary</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aced, Cristina (2013). Relaciones Públicas 2.0.. Barcelona: UOC.</li> <li>- García Orosa, B. (2005). Los altavoces de la actualidad: Radiografía de los gabinetes de comunicación&amp;#8206;. A Coruña: NetBiblio.</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>- Jiménez Morales, M. y Panizo Alonso, J. (2017). Eventos y protocolo: la gestión estratégica de actos corporativos e institucionales. . Barcelona: Editorial UOC</li> </ul>

### Recommendations

#### Subjects that it is recommended to have taken before

Oral and Written Communication/616G01001

Communication and the Cultural Industries/616G01009

#### Subjects that are recommended to be taken simultaneously

#### Subjects that continue the syllabus

Multimedia Communication Strategies/616G01035

#### Other comments



(\*)The teaching guide is the document in which the URV publishes the information about all its courses. It is a public document and cannot be modified. Only in exceptional cases can it be revised by the competent agent or duly revised so that it is in line with current legislation.