



Guía Docente				
Datos Identificativos				2024/25
Asignatura (*)	Comunicación corporativa		Código	616G01013
Titulación				
Descriptores				
Ciclo	Período	Curso	Tipo	Créditos
Grao	1º cuatrimestre	Segundo	Obrigatoria	6
Idioma	Castelán/Galego			
Modalidade docente	Presencial			
Prerrequisitos				
Departamento	Socioloxía e Ciencias da Comunicación			
Coordinación	Costa Sanchez, Carmen	Correo electrónico	carmen.costa@udc.es	
Profesorado	Costa Sanchez, Carmen León Sanjuán, María Victoria de Martínez Costa, Sandra Oliveros Mediavilla, Miguel Videla Rodríguez, José Juan	Correo electrónico	carmen.costa@udc.es victoria.de.leon@udc.es s.martinez@udc.es miguel.oliveros@udc.es jose.videla@udc.es	
Web				
Descripción 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 más 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			
Resultados da aprendizaxe				
Resultados de aprendizaxe				Competencias / Resultados do título
Coñecer a función e planificación estratégica 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 actividad 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 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
Atención personalizada		2	0	2

*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientativo, considerando a heteroxeneidade do alumnado

Metodoloxías	
Metodoloxías	Descripción
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 estudios de caso.
Aprendizaxe servizo	Desenvolvemento de obradoiro aplicado a unha organización real.

Atención personalizada

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

Avaliación

Metodoloxías	Competencias / Resultados	Descripción	Cualificación
Sesión maxistral	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
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 avaliação. A asistencia a actividades complementarias da materia inclúese nesta avaliação.	60

Observacións avaliação

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 estudiantes que non completaron o proceso de avaliação 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 avaliação serán o mesmo para as dúas oportunidades.

A realización fraudulenta das probas ou actividades de avaliação, unha vez comprobada, implicará directamente a cualificación de suspenso na convocatoria en que se cometía: o/a estudiante 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, procedererase a modificar a súa cualificación na acta de primeira oportunidade, se fose necesario.

Fontes de información



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

Recomendación

Materias que se recomienda cursar previamente

Comunicación oral e escrita/616G01001

Comunicación e industrias culturais/616G01009

Materias que se recomienda cursar simultáneamente

Materias que continúan o temario

Estratexias de comunicación multimedia/616G01035

Observación

(*)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