



Guía Docente				
Datos Identificativos				2018/19
Asignatura (*)	Comunicación corporativa		Código	616G01013
Titulación				
Descriptor				
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	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.			

Competencias do título	
Código	Competencias do título

Resultados da aprendizaxe			
Resultados de aprendizaxe	Competencias 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. LA COMUNICACIÓN CORPORATIVA	1.1. Introducción. 1.2. Antecedentes históricos de la actividad profesional. 1.3. Definición. Objetivo/s. 1.4. Públicos. Mapa de públicos. 1.5. Planificar la comunicación.
TEMA 2. IDENTIDAD AUDIOVISUAL Y MULTIMEDIA	2.1. Introducción. Conceptos. 2.2. Rankings de medición de reputación. 2.3. Identidad gráfica corporativa. 2.4. Del vídeo a los vídeos corporativos. 2.5. Gestión de la comunicación online. El community manager.
TEMA 3. ORGANIZACIÓN DE EVENTOS	3.1. Objetivos. 3.2. Tipología. 3.3. Etapas. 3.4. La conferencia de prensa.
TEMA 4. PORTAVOCÍA AUDIOVISUAL	4.1. El portavoz. 4.2. Preparación argumental del portavoz. 4.3. Comunicación No Verbal. 4.4. Portavocía en contexto de crisis. 4.5. Intervenciones en los medios audiovisuales.
TEMA 5. AUDITORIA DE COMUNICACIÓN	5.1. Introducción. Concepto. 5.2. Objetivos. 5.3. Auditoría de comunicación interna. 5.4. Auditoría de imagen en los medios.
TEMA 6. COMUNICACIÓN INTERNA	6.1. Introducción. 6.2. Fundamentos. 6.3. Situación actual. 6.4. Tipología. Funciones. 6.5. Canales de comunicación interna.

Planificación				
Metodoloxías / probas	Competencias	Horas presenciais	Horas non presenciais / traballo autónomo	Horas totais
Sesión maxistral	A12 A10 A9 A8 A7 A3 A2 A1 B1 B2 B3 B4 B5 B6 B7 B8 B9 C1 C2 C3 C4	30	39	69
Obradoiro	A1 A2 A3 A7 A8 A9 A10	30	42	72
Proba obxectiva	A1 A2 A3 A7 A8 A9 A10	3	0	3



Atención personalizada		6	0	6
*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientativo, considerando a heteroxeneidade do alumnado				

Metodoloxías	
Metodoloxías	Descrición
Sesión maxistral	Exposición de teoría y casos aplicados, que se complementarán con la lectura de textos.
Obradoiro	Talleres prácticos desarrollados en los grupos medianos /pequeños.
Proba obxectiva	Dirigida a evaluar los conocimientos adquiridos.

Atención personalizada	
Metodoloxías	Descrición
Obradoiro	Tutorías individuales, previa cita, en las que se resolverán dudas

Avaliación			
Metodoloxías	Competencias	Descrición	Cualificación
Obradoiro	A1 A2 A3 A7 A8 A9 A10	Avaliarase o resultado, así como o proceso de planificación e desenvolvemento dos traballos.	50
Proba obxectiva	A1 A2 A3 A7 A8 A9 A10	Proba escrita dos contidos da materia.	50

Observacións avaliación
Requírese superar tanto a parte práctica como a proba escrita da materia. Requírese asistencia. Non se admiten faltas de ortografía. Mantéñense os criterios para a convocatoria de xullo.

Fontes de información	
Bibliografía básica	- Costa Sánchez, C.; Piñeiro Otero, T. (2013). Estrategias de comunicación multimedia. Barcelona: UOC - 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. - Dotras, A. (2016). Social media. Herramientas y estrategias empresariales.. Madrid: RAMA Editorial. - Costa-Sánchez, Carmen y Martínez Costa, Sandra (2018). Comunicación Corporativa Audiovisual y Online. Innovación y tendencias. . 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 - 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&#8206;. 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