

GUÍA DOCENTE 2020/2021 + ADENDA COVID

UNIVERSIDAD PONTIFICIA DE SALAMANCA



## **Comunicación Institucional**

Grado en PERIODISMO – 4<sup>º</sup> curso

Modalidad Presencial

## Sumario

<b>Datos básicos</b>	<b>3</b>
<b>Breve descripción de la asignatura</b>	<b>4</b>
<b>Requisitos previos</b>	<b>4</b>
<b>Objetivos</b>	<b>4</b>
<b>Competencias</b>	<b>5</b>
<b>Contenidos</b>	<b>8</b>
<b>Metodología</b>	<b>9</b>
<b>Criterios de evaluación</b>	<b>9</b>
<b>Recursos de aprendizaje y apoyo tutorial</b>	<b>9</b>
<b>Breve CV del profesor responsable</b>	<b>11</b>
<b>Adenda Guía docente <i>online</i></b>	<b>12</b>

# Gestión de la Comunicación Corporativa

## Datos básicos

**Módulo:** Producción Informativa

**Carácter:** Obligatoria.

**Nº de créditos:** 6 ECTS.

**Unidad Temporal:** 4<sup>º</sup> Curso – 1<sup>er</sup> Semestre.

**Calendario:** Del día 28 de septiembre de 2020 al 12 de enero de 2021.

**Horario:** Lunes de 10:20 a 12:00; Martes de 08:00 a 09:40.

**Idioma en el que se imparte:** Español

**Profesor/a responsable de la asignatura:** Ángel Losada Vázquez.

**E-mail:** alosadava@upsa.es

**Horario de tutorías:** Ángel Losada; Lunes de 12:00 a 15:00 y Jueves de 14:20 a 15:20

## Breve descripción de la asignatura

Estudia la gestión, coordinación y ejecución de actividades comunicativas que precisa una institución pública o privada de un gabinete de comunicación, tanto para sus usuarios como para los medios de comunicación y otras entidades. Presenta cómo planificar y elaborar políticas de Comunicación Institucional para el desarrollo de una organización, especialmente en el ámbito de transmisión de información interna y externa.

## Requisitos previos

No se establecen requisitos previos.

## Objetivos

- Objetivo 1: Entender el papel de la comunicación en la gestión estratégica y su relación con las funciones gerenciales básicas de planificación, organización y control.
- Objetivo 2: Diseño y ejecución de planes de comunicación a partir de los resultados del Análisis estratégico.
- Objetivo 3: Aplicar las técnicas de entrenamiento necesarias para apoyar a los directivos y a los hombres públicos de la organización en la ejecución de campañas de comunicación pública.
- Objetivo 4: Diseño y organización de actos públicos en coherencia con la estrategia de comunicación y la segmentación de los mensajes en función de los diferentes públicos.

## Competencias

Competencias generales	A.1. Conocimiento de los procesos informativos y comunicativos, así como de las principales corrientes y teorías que los formalizan y critican desde un punto de vista conceptual, metodológico e investigativo.  A.2. Conocimiento del estado del mundo, así como de su evolución histórica reciente en particular de las sociedades europeas, mediterránea, americana y asiática, además de la comprensión de sus parámetros básicos (políticos, económicos y culturales).  A.3. Conocimiento de las ciencias actuales, capacidad para el análisis de su tratamiento informativo y comunicativo, y habilidad para transmitir esos
------------------------	---

	<p>conocimientos y avances a la mayoría no especializada de manera comprensible y eficaz.</p> <p>A.4. Conocimiento crítico de la influencia de los medios de comunicación en la educación y en la relación de los medios con la escuela, así como de las potencialidades de las nuevas tecnologías informativas y comunicativas y de los sistemas multimedia para el desarrollo del aprendizaje y del conocimiento no presencial.</p> <p>A.6. Conocimiento de la estructura, funcionamiento y gestión de la empresa de comunicación.</p> <p>A.7. Conocimiento de los principales debates y acontecimientos mediáticos derivados de la coyuntura actual y de cómo se gestan y difunden según las estrategias e intereses comunicativos.</p> <p>A.8. Conocimiento de la estructura de los medios de comunicación y de sus principales formatos.</p> <p>B.1. Capacidad básica para comprender la producción informativa o comunicativa.</p> <p>B.2. Capacidad y habilidad para comunicar en el lenguaje propio de cada uno de los medios de comunicación tradicionales.</p> <p>B.2. Capacidad y habilidad para comunicar en el lenguaje propio de cada uno de los medios de comunicación tradicionales televisión. Diferencia las peculiaridades del lenguaje utilizado en cada uno de los medios de comunicación.</p> <p>B.3. Capacidad y habilidad para utilizar las tecnologías y técnicas informativas y comunicativas.</p> <p>B.4. Capacidad y habilidad para utilizar los sistemas y recursos informáticos.</p> <p>B.5. Capacidad y habilidad para el diseño de los aspectos formales y estéticos.</p> <p>B.6. Capacidad para la ideación, planificación y ejecución de proyectos.</p> <p>B.7. Capacidad y habilidad para el desempeño de las principales tareas periodísticas</p> <p><b>Resultado de aprendizaje:</b> Recoge y selecciona información teniendo en cuenta los parámetros de los géneros informativos. Elabora contenidos periodísticos con criterios profesionales.</p>
--	--

	<p>B.8. Capacidad y habilidad para buscar, seleccionar y jerarquizar cualquier tipo de fuente o documento.</p> <p>B.9. Capacidad y habilidad para recuperar, organizar, analizar y procesar información.</p> <p>B.10. Capacidad y habilidad para expresarse con fluidez y eficacia comunicativa</p> <p>B.11. Habilidad de comentar y editar correctamente textos u otras producciones mediáticas relacionadas con la información y comunicación.</p> <p>C.1. Conciencia igualitaria sobre las personas y los pueblos. Igualdad entre hombres y mujeres. Respeto por los derechos humanos internacionales, así como conocimiento de las grandes corrientes culturales o civilizadoras en relación con los valores fundamentales individuales y colectivos.</p> <p>C.2. Conocimiento de la ética y deontología profesional, así como del ordenamiento jurídico de la información, que afecta tanto a la práctica profesional como al quehacer del comunicador.</p> <p>C.3. Habilidad de exponer de forma adecuada los resultados de la investigación de manera oral, escrita, audiovisual o 71 digital, conforme a los cánones de las disciplinas de la información y comunicación.</p> <p>C.4. Conocimiento de los métodos y problemas de las diferentes ramas de la investigación informativa y comunicativa.</p> <p>C.7. Habilidad para organizar el conocimiento comunicativo complejo de manera coherente y de su interrelación con otras ciencias sociales, humanas y tecnológicas, así como con los métodos y técnicas de estas disciplinas.</p>
--	---

<p>Competencias específicas</p>	<p>E1. Conocer los conceptos básicos que forman parte de la política comunicativa de una organización.</p> <p>E2. Conocer el conjunto de acciones y herramientas encaminadas a lograr los objetivos de comunicación.</p> <p>E3. Aplicar técnicas y herramientas que mejoren la eficacia y la calidad en el trabajo diario, y que fomenten el compromiso y la motivación del personal de la organización.</p> <p>E4. Examinar y definir estrategias comunicativas que fomentan la relación, la percepción y la imagen con los distintos grupos de interés o público objetivo de una empresa u organización.</p> <p>E5. Conocer las áreas estratégicas que un responsable de comunicación debe gestionar en el proceso de dirección de comunicación.</p> <p>E6. Diseñar y desarrollar las estrategias para poner en marcha un plan de comunicación para una empresa o institución.</p> <p>E7. Conocer y los conceptos de identidad, cultura, comunicación, imagen, marca, reputación y responsabilidad social.</p> <p>E8. Capacidad para analizar el funcionamiento de los canales de comunicación dentro y fuera de una organización.</p> <p>E9. Aptitudes para planificar y diseñar un programa de comunicación interna y externa.</p> <p>E10. Destreza para valorar las herramientas y técnicas de comunicación más adecuadas para relacionarse con todos los grupos de interés de una organización.</p>
---------------------------------	---

## Contenidos

### CONTENIDOS DE LA ENSEÑANZA TEÓRICA

1. Definición de la Comunicación Corporativa desde la perspectiva sistémica. Evolución histórica y Tendencias de futuro.
2. La conducta social de la organización a partir de la Teoría de los Stakeholders: Responsabilidad Social Corporativa.
3. Comunicación y Gestión del Conocimiento en la gestión de activos intangibles: El valor estratégico de la información para la eficiencia organizacional.
4. Gestión Estratégica de los Riesgos reputacionales.
5. Posicionamiento y Gestión de la marca corporativa: La declaración de Misión y el discurso institucional.

### CONTENIDOS DE LA ENSEÑANZA PRÁCTICA

1. Gestión de Campañas de Prensa y Portavocía.
2. La comunicación en la estrategia de servicio.
3. Liderazgo Relacional y de Equipos: Motivación, Reconocimiento y Gestión del Desempeño
4. Negociación y Resolución Positiva de Conflictos.
5. Diseño del Plan Estratégico de Comunicación.

## Metodología

METODOLOGÍA	HORAS	HORAS DE TRABAJO PRESENCIAL	HORAS DE TRABAJO NO PRESENCIAL
Sesiones teóricas	15	60 (40%)	
Sesiones prácticas	15		
Simulación en grupo-pruebas y presentaciones	30		
Resolución de problemas-búsqueda de información	30		90 (60%)
Elaboración de textos	30		
Lectura y elaboración de ensayos	30		
<b>TOTAL</b>	<b>150</b>	<b>60</b>	<b>90</b>



### **Explicación**

La metodología empleada combina la presentación en el aula de los contenidos (lección magistral, debates, exposición de casos y ejemplos prácticos) con el trabajo práctico para el entrenamiento en habilidades técnicas y sociales.

## **Criterios de evaluación**

### **CONVOCATORIA ORDINARIA**

La asimilación de conocimientos y adquisición de competencias se evaluará de manera continuada mediante:

- a) Pruebas y presentaciones: 20%
- b) Pruebas escritas: 40%
- c) Búsqueda de información para análisis de casos: 20%
- d) Participación en debates 20%

### **CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA**

La asimilación de conocimientos y adquisición de competencias se evaluará mediante:

- b) Pruebas escritas: 100%

## **Recursos de aprendizaje y apoyo tutorial**

### **BIBLIOGRAFÍA**

- Eiglier, P., Langeard, E., & Descals, A. M. (1989). *Servucción*. McGraw-Hill Education.
- Fuetterer, S. (2010). *Teoría de la comunicación y gestión de las organizaciones*. Best Relations.
- Gregory, A., & Willis, P. (2013). *Strategic Public Relations Leadership*. Routledge.
- Herredo, C., Agius, J. J. L. H., Martín-Romo Romero, S. M. R., Salgado, S. M., & de Pablos Herredo, C. (2019). *Organización y transformación de los sistemas de información en la empresa*. ESIC.
- KAPLAN, R. S., & NORTON, D. P. (2001). *¿Cómo utilizar el cuadro de mando integral? The strategy focused organization*. HARVARD BUSINESS PRESS.
- Kaufman, J. (2010). *The Personal MBA*. Portfolio Penguin.
- Lakoff, G. (2004). *No pienses en un elefante. Lenguaje y debate político*. Editorial

Complutense.

- Lax, D. A., & Sebenius, J. K. (2007). *Negociación tridimensional: herramientas poderosas para cambiar el juego en sus negociaciones más importantes*. Editorial Norma.
- Nayar, V., & Benavent, E. A. (2011). *Primero, los empleados. Los clientes después*. Alianza Editorial.
- Riel, C. B. M., & van Riel, C. B. M. (2012). *The Alignment Factor*. Routledge.
- Salmon, C. (2008). *Storytelling: La máquina de fabricar historias y formatear las mentes*. Ediciones Península.

#### OTROS RECURSOS EN:

<https://www.iabc.com>

<http://www.eacd-online.eu>

<http://www.globalalliancepr.org>

<http://www.euprera.org>

<http://www.dircom.org>

<http://www.dircomsocial.com>

## Breve CV del profesor responsable

**Ángel  
Losada  
Vázquez**

Catedrático de Comunicación Corporativa, es Licenciado (1990) y Doctor en Ciencias de la Información (1994) por la Universidad Complutense de Madrid. Centra su actividad investigadora en la relación entre la comunicación estratégica y la conducta social de las organizaciones, con un especial interés en aspectos como el liderazgo y la gestión de equipos.

Ha compatibilizado su actividad académica en la UPSA con responsabilidades de gestión: Director de Comunicación (1996-99); Decano de la Facultad de Comunicación (1999-2004); Director de Relaciones Institucionales (2011-13).

Desempeña actividades de consultoría desde el año 1992. Entre 2004 y 2006 asumió la Dirección General de la Fundación Nido-MR, orientada a la colaboración Universidad-Empresa, y entre 2007 y 2011 la Dirección de Comunicación de la Junta de Castilla y León.

# ADENDA GUÍA DOCENTE *ONLINE*

Vigente durante el curso 2020-21 en caso de confinamiento generado por la crisis del COVID-19

## Comunicación Institucional

### Metodología en el entorno *online*

METODOLOGÍA (ACTIVIDADES FORMATIVAS)		TOTAL HORAS	HORAS ACTIVIDADES SÍNCRONAS DEL ALUMNO	HORAS ACTIVIDADES ASÍNCRONAS DEL ALUMNO	TRABAJO AUTÓNOMO ALUMNO			
CLASES SÍNCRONAS	Clases teóricas síncronas	15	60		30			
	Clases prácticas síncronas	15						
PRUEBAS Y PRESENTACIONES SÍNCRONAS	Pruebas escritas síncronas	15						
	Pruebas y presentaciones orales síncronas	15						
PRUEBAS DE EVALUACIÓN ASÍNCRONAS	Pruebas escritas asíncronas	20				60		
RETOS ACADÉMICOS	Enunciado, entrega y retroalimentación de tareas							
	Creación, almacenamiento y búsqueda de información	20						
	Realización de consultas y encuestas							
	Discusiones, debates o diálogos	20						
	Lección práctica de actividades y contenidos interactivos							
Generación colectiva de material								
<b>TOTAL</b>		150	60	60	30			

NOTA EXPLICATIVA.- Se mantiene la misma metodología. La única diferencia es que las actividades síncronas (60 horas) sustituyen a las presenciales previstas en el escenario ordinario.

## Criterios de evaluación en el entorno *online*

EVALUACIÓN		PUNTOS (sobre 10)
PRUEBAS Y PRESENTACIONES SÍNCRONAS	Pruebas y presentaciones orales síncronas	2
	Pruebas escritas síncronas	2
PRUEBAS DE EVALUACIÓN ASÍNCRONAS	Pruebas escritas asíncronas	2
RETOS ACADÉMICOS	Enunciado, entrega y retroalimentación de tareas	
	Creación, almacenamiento y búsqueda de información	2
	Realización de consultas y encuestas	
	Discusiones, debates o diálogos	2
	Lección práctica de actividades y contenidos interactivos	
	Generación colectiva de material	
<b>TOTAL</b>		<b>10</b>

### • PRUEBAS Y RETOS ACADÉMICOS DE EVALUACIÓN *ONLINE*

- Pruebas asíncronas
  - Redacción de Nota de Prensa
  - Elaboración del “Story Corporativo” y Declaración de posicionamiento
- Búsqueda de información
  - Identificación, Análisis y Clasificación de Stake-holders
  - Cronología de la dinámica organizativa
- Debate
  - Conocimiento y Gestión del Cambio organizativo
  - Economía Social

NOTA EXPLICATIVA.- Se mantienen los mismos criterios y actividades de evaluación. La única diferencia es que las pruebas síncronas sustituyen a las pruebas presenciales previstas en el escenario ordinario.

## Recursos de aprendizaje y apoyo tutorial *online*

Se mantienen los mismos recursos y el apoyo tutorial con la correspondiente adaptación al entorno online.