

Curso Académico: (2020 / 2021)

Fecha de revisión: 12-07-2020

Departamento asignado a la asignatura: Departamento de Comunicación

Coordinador/a: MOLINA CAÑABATE, JUAN PEDRO

Tipo: Obligatoria Créditos ECTS : 3.0

Curso : 1 Cuatrimestre : 1

REQUISITOS (ASIGNATURAS O MATERIAS CUYO CONOCIMIENTO SE PRESUPONE)

Ninguna

OBJETIVOS**COMPETENCIAS**

CB8, Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.

CB9, Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.

CE4, Planificar acciones emergentes en el ámbito de la nueva comunicación publicitaria.

CE10, Identificar y definir objetivos de comunicación y diseñar las estrategias más adecuadas en el diálogo entre marcas y consumidores.

RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

Adquirir y aplicar conocimientos sobre la publicidad y comunicación contemporáneas.

Adquirir los conocimientos para valorar las implicaciones de las estrategias publicitarias concernientes a la imagen corporativa.

DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS: PROGRAMA

1. Fundamentos de la comunicación corporativa
2. Las relaciones con los medios de comunicación
3. El portavoz
4. Identidad visual corporativa
5. Comunicación de crisis, planes estratégicos y últimas tendencias
6. El plan de comunicación

ACTIVIDADES FORMATIVAS, METODOLOGÍA A UTILIZAR Y RÉGIMEN DE TUTORÍAS**ACTIVIDADES FORMATIVAS**

Clases teórica

Clases prácticas

Tutorías

Trabajo en grupo

Trabajo individual del estudiante

METODOLOGÍAS DOCENTES

-Exposiciones en clase del profesor con soporte de medios informáticos y audiovisuales, en las que se desarrollan los conceptos principales de la materia y se proporciona la bibliografía para complementar el aprendizaje de los alumnos.

-Lectura crítica de textos y visionado de material audiovisual recomendados por el profesor de la asignatura: Artículos de prensa, videos, campañas publicitarias, informes, manuales y/o artículos académicos, bien para su posterior discusión en clase, bien para ampliar y consolidar los conocimientos de la asignatura.

-Resolución de casos prácticos planteados por el profesor sobre comunicación y publicidad, de manera individual o en grupo.

-Exposición y discusión en clase, bajo la moderación del profesor de temas relacionados con el contenido de las materias, así como de casos prácticos

-Elaboración de trabajos e informes de manera individual o en grupo.

SISTEMA DE EVALUACIÓN

Participación en clase
Trabajos individuales o en grupo realizados durante el curso
Examen final

Además:

El estudiante presentará un plan de comunicación que será evaluado por el profesor en un baremo de 0 a 10.

Criterio de Evaluación de la Convocatoria Extraordinaria:

"Se guarda la nota de la Evaluación Continua"

Peso porcentual del Examen Final: 50

Peso porcentual del resto de la evaluación: 50

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- ACED, C.: Relaciones públicas 2.0: Cómo gestionar la comunicación corporativa en el entorno digital, UOC, 2013
- CAPRIOTTI, P.: Planificación estratégica de la imagen corporativa, Ariel, 2013
- COSTA-SÁNCHEZ, C.; MARTÍNEZ COSTA, S. (eds.). Comunicación corporativa audiovisual y online, UOC, 2018
- Joep Cornelissen Corporate Communication: A Guide to Theory and Practice, SAGE, 2017
- MOLINA CAÑABATE, J. P.: Comunicación corporativa. Guía de supervivencia, Grupo 5, 2017
- PINTADO BLANCO, T.; SÁNCHEZ HERRERA, J.: Nuevas tendencias en comunicación estratégica, ESIC, 2017

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- WHEELER, A. Diseño de marcas : una guía esencial para todo equipo de creativos de marcas, Espacio de diseño, 2018

RECURSOS ELECTRÓNICOS BÁSICOS

- CAPRIOTTI, P.: . Planificación estratégica de la imagen corporativa : http://www.bidireccional.net/Blog/PEIC_4ed.pdf
- MOLINA CAÑABATE, J. P.: . Comunicación Corporativa. Apunte sobre sus procesos, estrategias y agentes.: <https://comunicacion.molinacanabate.com/>