

GABINETES DE COMUNICACIÓN

CURSO: TERCERO

SEMESTRE: PRIMERO

TIPO: OBLIGATORIA

CRÉDITOS: 3

IDIOMA: CASTELLANO

DOCENTE: [JOSÉ MANUEL ARIZA](#)

OBJETIVOS:

La asignatura Gabinetes de Comunicación permitirá tener a la finalización de la misma los conocimientos necesarios para gestionar óptimamente la dirección de un gabinete de comunicación. Durante el curso, los alumnos/as conocerán las diferentes fases y procesos que se desarrollan en la gestión de un departamento de comunicación y/o prensa.

Los alumnos/as conocerán a gestionar la comunicación de un gabinete de comunicación, dividiendo la asignatura en dos fases. En la primera, los alumnos/as averiguarán los principales modelos de información de las organizaciones, la evolución histórica del Management, el liderazgo en las organizaciones o la importancia de trabajar en equipo. En la segunda, descubrirán a gestionar los diferentes tipos de comunicación, a conocer las diferencias entre comunicación interna y externa, la gestión de las crisis

institucionales, la formación de portavoces y una aproximación al protocolo de las organizaciones.

COMPETENCIAS:

GENERALES

- Desarrollar habilidades lingüísticas y expresarse de forma adecuada y convincente en las diferentes situaciones de comunicación oral y escrita.
- Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.
- Trabajar dentro de contextos respetuosos con los derechos humanos, la igualdad de género y las diferencias culturales e integrar estos valores en su desempeño profesional.
- Mostrar capacidad de resolver problemas, plantear estrategias y evaluar la repercusión de las soluciones propuestas desde los marcos teórico-prácticos ofrecidos por las Ciencias Sociales.
- Valorar críticamente las opiniones, situaciones y actuaciones (incluidas las propias) en sus ambientes de trabajo.

ESPECIFICAS

- Conocer e interpretar el marco legal de la comunicación, la ética y la deontología profesional, en el marketing, la publicidad y las relaciones públicas, y aplicarlo a empresas de estos sectores.

- Percibir las oportunidades del mercado y las nuevas tendencias en la comunicación, mediante el uso de las metodologías apropiadas en la investigación comercial y de mercados.
- Escuchar, negociar, persuadir y comunicar eficazmente de manera oral y escrita, empleando los medios propios del mundo empresarial, tales como la preparación y presentación de informes sobre situaciones concretas del ámbito publicitario y de las Relaciones Públicas
- Diseñar, planificar y gestionar un gabinete de comunicación así como la identidad corporativa de la entidad.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE:

- Analiza la organización del mercado nacional e internacional de la comunicación.(R1)
- Respetar los principios éticos de la comunicación y los aplica a su actividad profesional.(R2)
- Redactar textos informativos y comunicados de prensa. (R8)
- Conocer las funciones del DIRCOM (R3-R4)
- Analiza la forma en que las organizaciones gestionan su comunicación. (R5-R8)
- Diseñar un Plan de Comunicación Interna (R5)
- Gestión de las estrategias de comunicación en situaciones de crisis institucionales (R10)

- Desenvolverse con soltura en situaciones complejas o que requieran el desarrollo de nuevas soluciones tanto en el ámbito académico como laboral o profesional dentro de su campo de estudio. (R12)
- Demostrar capacidad de recopilar e interpretar datos e informaciones sobre las que fundamentar las conclusiones incluyendo, cuando sea preciso y pertinente, las reflexiones sobre asuntos de índole social, científica o ética en el ámbito del campo de estudio. (R12)

CONTENIDO

1. Gestión de la Comunicación

- Diferencia entre Información y Comunicación.
- Características de la comunicación interpersonal.
- Comunicación Oral en las organizaciones.
- Concepto del "rumor". Características del "rumor". Control del "rumor". Principales causas.

2. El responsable de comunicación

- Principales funciones y responsabilidades desarrolladas en las organizaciones.
- Ubicación y perfil profesional.
- Principales herramientas utilizadas para el desarrollo de sus funciones.

- Análisis de los perfiles profesionales de los responsables de Comunicación en España.
- Gabinetes de Comunicación y RRPP.
- Objetivos de los Gabinetes de Comunicación en las empresas

3. Dinámica de la comunicación en el ámbito de las organizaciones

- Concepto de organización.
- Los individuos que componen la organización. Responsabilidad social de las organizaciones.
- Concepto de organigrama.
- Teoría de Porter: Valor añadido de las empresas
- Características principales derivadas de la definición.
- Principales modelos de información desarrollados en las organizaciones.
- Principales modelos de comunicación desarrollados en las organizaciones.

4. El Departamento de Comunicación

- Estructura. Objetivos. Asignación de recursos.
- Gestión de los distintos tipos de comunicación.

- Principales canales físicos utilizados en cada tipo de comunicación.
- Principales canales personales utilizados en cada tipo de comunicación.
- Historia de los Gabinetes de Comunicación.
- Los Gabinetes en la actualidad.

5. Comunicación Interna

- La comunicación interna como elemento que favorece la participación y la cohesión cultural.
- La comunicación interna como factor distintivo de una empresa competitiva.
- Objetivos de la comunicación interna en todas sus direcciones.
- Principales canales físicos y personales utilizados en la comunicación interna.
- Análisis de Comunicación interna de éxito y erróneas
- El poder de la Comunicación Interna.
- Visualización de ejemplos de estrategias de Comunicación Interna.

6. Evolución histórica del Management: Las Escuelas de Comportamiento Organizacional

- Teoría Clásica.
- Teoría Humanista.
- Behaviorista.
- Teoría de Sistemas.
- Tendencias del management actual.

7. Comunicación Externa: relaciones con la prensa

- Principios de la comunicación externa.
- Sujetos de la comunicación externa.
- Principales canales utilizados para el desarrollo de la comunicación externa.
- La comunicación externa: eje de las relaciones empresa-medios.
Estudios empíricos llevados a cabo.
- Formación de portavoces.
- Ejemplos de Comunicación externa de éxitos y errores.

8. La Comunicación como procesos de cambio en las organizaciones

- Comunicación y cambio en las organizaciones. Relación de conceptos.
- Principales tipos de cambio en las organizaciones.

- Liderazgo y cambio organizacional. Relación de conceptos.
- Principales tipos de liderazgo en las organizaciones.

9. Comunicación de crisis

- Concepto de “crisis” en el ámbito organizacional: características.
- Tipología de las “crisis”.
- Fases de una “crisis”.
- Procedimiento para hacer frente a una situación de crisis.
- Identificación de riesgos de una potencial situación de crisis.
- Presentación de estrategias de comunicación en tiempos de crisis.
- Análisis y estudio de la Comunicación Institucional tras los atentados de las Ramblas de Barcelona
- Caso: La Comunicación en situaciones de crisis: del 11M al 14M.

10. Comunicación de relaciones públicas.

- Protocolo Organizaciones Internacionales
- Protocolo Organizaciones Estatales
- Protocolo Organizaciones Autonómicas
- Protocolo Organizaciones Locales

SISTEMA DE EVALUACIÓN:

Habrán dos evaluaciones de conceptos que tendrán un valor del 50%, un trabajo final que tendrá un valor del 25%. El resto (25%) se obtendrá de la realización de cinco actividades obligatorias, no recuperables.

De este modo, el Sistema de Evaluación quedará definido de la siguiente manera:

- 25% Parcial 1
- 25% Parcial 2
- 25% Trabajo Final
- 25% Actividades Individuales

Para poder hacer media ponderada, la nota mínima de los parciales durante la evaluación continua es de 40 sobre 100. Para quedar exento de las pruebas complementarias, la media final de los dos exámenes parciales debe ser de 50 sobre 100. A continuación mostramos algunos ejemplos que pueden ocurrir:

- Ejemplo A: Alumno/a que ha obtenido en el primer parcial un 43 + 58 obtenido en el segundo parcial = $101/2 = 50,5$ (Aprobado)

- Ejemplo B: Alumno/a que ha obtenido en el primer parcial un 43 + 50 obtenido en el segundo parcial = $93/2 = 46,50$. El alumno/a deberá presentarse únicamente al Parcial 1 de la Complementaria.
- Ejemplo C: Alumno/a que ha obtenido en el primer parcial un 40 + 46 obtenido en el segundo parcial = $86/2 = 43$ (Suspendido). El alumno/a deberá presentarse a la Complementaria del Parcial 1 y 2.
- Ejemplo D: Alumno/a que ha obtenido en el primer parcial un 39. La nota no será ponderada con el segundo examen por lo que deberá presentarse a la Complementaria del Parcial suspendido.

PRÁCTICAS OBLIGATORIAS:

Durante este curso académico el alumno/a deberá realizar un total de 5 prácticas obligatorias, no recuperables. Si alguna práctica no fuera entregada en tiempo y forma, al alumno/a le restarán suspendidas las prácticas con un 0.

Cada alumno/a deberá presentar un mínimo de 4 prácticas para poder computar la nota, de lo contrario su calificación final en el apartado de prácticas será de 0.

A continuación exponemos algunos casos que pueden darse:

Ejemplo A: Alumno/a que ha obtenido una media de parciales 50,5 (Aprobado)
+ 54,0 de la suma de prácticas+ 60 de trabajo final = 54,80 (nota final,
aprobado)

Ejemplo B: Alumno/a que ha obtenido una media de parciales 70,5 (Aprobado)
+ 0 de la suma de prácticas por no entregar una práctica+ 50 de trabajo final
= 40,10 (nota final, Suspendida)

Ejemplo C: Alumno/a que ha obtenido una media de parciales 70,5 (Aprobado)
+ 0 de la suma de prácticas por no entregar una práctica+ 79,50 de trabajo
final = 50,00 (nota final, Aprobado)

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN	
5 actividades individuales obligatorias (NO RECUPERABLES)	25	5 cada actividad.
1 Trabajo en grupo (NO RECUPERABLE)	25	15 proyecto y 10 presentación.
Evaluación de conceptos. Para poder hacer media final, el alumno deberá obtener en el conjunto de los dos parciales una nota superior a 50.	50	25 cada evaluación

METODOLOGÍA:

La asignatura es presencial y combina los conocimientos teóricos con su puesta en práctica. A lo largo de las sesiones de clase, el profesor expondrá contenidos del programa mediante el uso de diferentes metodologías de

aprendizaje, además de efectuar actividades formativas en grupo para complementar y poner en práctica los conocimientos adquiridos. Asimismo, los alumnos deberán realizar actividades individuales durante las horas de trabajo personal.

Por otra parte, durante las horas de trabajo personal, los alumnos realizarán por grupos un trabajo final de la asignatura que deberán exponer al final del periodo lectivo de la misma. Para ello, los alumnos dispondrán de horas de tutoría con el profesor a fin de supervisar y encaminar el desarrollo del proyecto.

Por último, se recomienda al alumno que dedique cada semana, unas horas de trabajo personal a esta asignatura para poder ir consolidando los conocimientos adquiridos en cada uno de los temas. Este trabajo personal consistirá en realizar un repaso de los aspectos teóricos tratados en clase y complementarlos con la bibliografía básica.

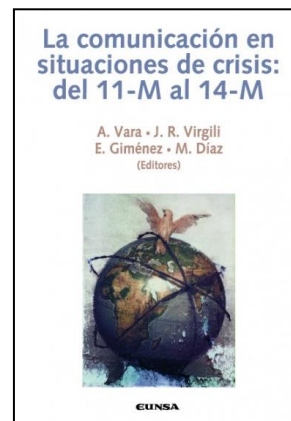
Manuales de referencia

DirCom, estrategia de la Complejidad. COSTA, JOAN

Editorial: Publicaciones Universidad de Valencia.



La comunicación en situaciones de crisis: del 11-M al 14-M. VARIOS AUTORES. Editorial: EUNSA. Ediciones Universidad de Navarra



Del Gabinete de prensa al Gabinete de Comunicación. ALMANSA, ANA. Editorial: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones



Relaciones Públicas y Gabinetes de Comunicación. ULLOD, ANA. Editorial: Tirant Humanidades

