

# 25338 - Specialised Communication Projects: Corporate Communication

## Syllabus Information

**Academic Year:** 2020/21

**Subject:** 25338 - Specialised Communication Projects: Corporate Communication

**Faculty / School:** 103 - Facultad de Filosofía y Letras

**Degree:** 272 - Degree in Journalism

**ECTS:** 9.0

**Year:** 4

**Semester:** Second Four-month period

**Subject Type:** Compulsory

**Module:** ---

## 1.General information

### 1.1.Aims of the course

### 1.2.Context and importance of this course in the degree

### 1.3.Recommendations to take this course

## 2.Learning goals

### 2.1.Competences

### 2.2.Learning goals

### 2.3.Importance of learning goals

## 3.Assessment (1st and 2nd call)

### 3.1.Assessment tasks (description of tasks, marking system and assessment criteria)

## 4.Methodology, learning tasks, syllabus and resources

### 4.1.Methodological overview

See "Learning activities " and "Syllabus". More information will be provided on the first day of class.

### 4.2.Learning tasks

The course includes the following learning tasks:

- Lectures.
- Practice sessions.
- Autonomous work and study.
- Assessment tasks.

### 4.3.Syllabus

The course will address the following topics:

1. Concept of strategic communication
2. Public relations evolution

3. Ethics and profession
4. Departaments and consulting offices
5. Strategical process
6. Relationship with social media
7. Internet and social media
8. Events organization
9. Corporate branding
10. Crisis Communication
11. Institutional Relations
12. Social Corporate Responsibility

- Topic 1.- What is a communication plan?
- Topic 2.- What is a DIRCOM (Communications Director)?
- Topic 3.- The importance of the department of communication.
- Topic 4.- External communication
- Topic 5.- Internal communication
- Topic 6.- Corporate social responsibility
- Topic 7- Crisis plans
- Topic 8.- The message
- Topic 9.- Public objectives and stakeholders
- Topic 10.- Political communication plan

#### 4.4.Course planning and calendar

Further information concerning the timetable, classroom, office hours, assessment dates and other details regarding this course, will be provided on the first day of class or please refer to the Facultad de Filosofía y Letras website <https://fyl.unizar.es/>

#### 4.5.Bibliography and recommended resources

[BB: Bibliografía básica / BC: Bibliografía complementaria]

- [BB] Arroyo, Luis. Los cien errores en la comunicación de las organizaciones / Luis Arroyo, Magali Yus . - 4ª ed. Madrid : ESIC, [2011]
- [BB] Bielsa Tomás, Sonia. Participación en la definición de la identidad corporativa de Alcance, y diseño de su estrategia de comunicación [recurso electrónico] / Sonia Bielsa Tomás ; [director, Eduardo Manchado Pérez], 2008
- [BB] Capriotti, Paul. Planificación estratégica de la imagen corporativa / Paul Capriotti. Barcelona : Ariel, 1999
- [BB] Comunicación corporativa. Las relaciones con los medios de comunicación / Miguel Ángel Hernández Robledo, Agustín Macías Castillo (coords.). Salamanca : Publicaciones Universidad Pontificia, 2009
- [BB] Comunicación empresarial [recurso electrónico] : plan estratégico como herramienta gerencial y nuevos retos del comunicador en las organizaciones / Daniel Fernando López Jiménez ... [et al.] ; editora, María Cristina Ocampo Villegas. [Libro electrónico]. - 2a. ed. Bogotá : Ecoe Ediciones : Universidad de la Sabana, 2011.
- [BB] Costa, Joan. Imagen global : evolución del diseño de identidad / Joan Costa Barcelona : CEAC, 1989
- [BB] Diccionario Lid comunicación y marketing : comunicación integral, marketing, publicidad, empresa, imagen corporativa, internet, marcas, investigación, medios, ventas, distribución / director de obra Antonio Caro y Marcelino Elosua . - 1ª ed. Barcelona: LID Editorial empresarial, 2004
- [BB] El libro práctico de la comunicación y las relaciones públicas : el porqué y el cómo de una profesión apasionante / [elaborado por la Asociación de Empresas Consultoras en Relaciones Públicas y Comunicación (ADECEC)] . - [1a. ed.]. Barcelona : Folio, 1997
- [BB] Estrategias y técnicas de comunicación : una visión integrada en el marketing / Inmaculada Rodríguez Ardura (coordinadora) . - 1ª reimp. 2011. Barcelona : Editorial UOC, 2011
- [BB] Galindo Rubio, Fernando. Comunicación audiovisual corporativa : cómo audiovisualizar la identidad de las organizaciones / Fernando Galindo Rubio. Salamanca : Universidad Pontificia de Salamanca, Servicio de Publicaciones, 2004
- [BB] García Orosa, Berta. Gabinetes de comunicación on line : claves para generar información corporativa en la red / Berta García Orosa. Sevilla ; Zamora : Comunicación Social, 2009

- [BB] Garrido M., Francisco Javier. Comunicación estratégica / Francisco Javier Garrido M. . - 1a. ed. Madrid: Gestión 2000, 2004
- [BB] La comunicación de la responsabilidad social corporativa : memoria académica Curso 2004-2005 / editor, N. Villagra García . - [1a. ed.]. Madrid : Universidad Pontificia de Comillas, [2005]
- [BB] Lacasa Antonio, S.. Gestión de la comunicación empresarial / S. Lacasa Antonio Barcelona : Gestión 2000, 2004
- [BB] Manual de gestión de imagen y comunicación de la Universitat Jaume I. Castelló de la Plana : Servei de Comunicació i Publicacions, Universitat Jaume I, D.L. 2000
- [BB] Marín Calahorro, Francisco. Responsabilidad social corporativa y comunicación / Francisco Marín Calahorro. Madrid : Fragua, 2008
- [BB] Martín Martín, Fernando. Comunicación en empresas e instituciones : de la consultora a la dirección de comunicación / Fernando Martín Martín. Salamanca : Ediciones Universidad, 1995
- [BB] Matilla, Kathy. Modelos de planificación estratégica en la teoría de las relaciones públicas / Kathy Matilla ; prólogo de Albert Sáez Casas. Barcelona : Editorial UOC, 2008
- [BB] Mediavilla Nieto, Gerardo. La comunicación corporativa en el deporte : cómo organizar y gestionar la imagen de una empresa, institución o evento deportivo / Gerardo Mediavilla. Madrid : Gymnos, D.L. 2001
- [BB] Sanz de la Tajada, Luis Ángel. Integración de la identidad y la imagen de la empresa : desarrollo conceptual y aplicación práctica / Luis Ángel Sanz de la Tajada. Madrid : ESIC, D.L. 1994
- [BB] Sanz González, Miguel Ángel. Identidad corporativa : claves de la comunicación empresarial / Miguel Ángel Sanz Gonzalez, María Ángeles González Lobo. Madrid : ESIC, 2005.
- [BB] Scolari, Carlos Alberto. Hipermediaciones : elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva / Carlos Scolari . - 1ª ed. Barcelona : Gedisa, 2008
- [BB] Sotelo Enríquez, Carlos. Introducción a la comunicación institucional / Carlos Sotelo Enríquez. Barcelona : Ariel, 2008
- [BB] Sunstein, Cass R. Rumorología : cómo se difunden las falsedades, por qué nos las creemos y qué se puede hacer contra ellas / Cass R. Sunstein ; prólogo de Irene Lozano ; traducción de Alfonso Barguñó Viana . - 1ª ed. [Barcelona] : Debate, 2010
- [BB] Villafañe, Justo. La buena reputación : Claves del valor intangible de las empresas / Justo Villafañe . - [1ª ed., 1ª reimpr.]. Madrid : Pirámide, 2008
- [BB] Villafañe, Justo. La gestión profesional de la imagen corporativa / Justo Villafañe . - [1a. ed.].Madrid : Pirámide, 1999
- [BB] Wilcox, Dennis L. Relaciones públicas : estrategias y tácticas / Dennis L. Wilcox, Glen T. Cameron, Jordi Xifra . - 10ª ed. Madrid : Pearson Educación, 2012
- [BB] Xifra, Jordi. Casos de relaciones públicas y comunicación corporativa / Jordi Xifra, Ferran Lalueza. Madrid : Pearson-Prentice Hall, [2009]