

## 25342 - Comunicación e identidad corporativa

### Información del Plan Docente

**Año académico:** 2023/24

**Asignatura:** 25342 - Comunicación e identidad corporativa

**Centro académico:** 103 - Facultad de Filosofía y Letras

**Titulación:** 272 - Graduado en Periodismo

**Créditos:** 6.0

**Curso:**

**Periodo de impartición:** Segundo cuatrimestre

**Clase de asignatura:** Optativa

**Materia:**

### 1. Información básica de la asignatura

La asignatura tiene el objetivo general de presentar al estudiante la comunicación corporativa que se ofrece desde cualquier organización (empresas comerciales/industriales; corporaciones, instituciones, ONGs, partidos políticos, etc.) imprescindible en toda organización que pretenda una relevancia social/económica destacada. Se explica el papel que los Gabinetes de Prensa o Direcciones de Comunicación (DIRCOM), organismos dependientes de la Presidencia y cuya tarea abarca desde Departamentos de Comunicación, Marketing, Ventas, RRHH o Responsabilidad Social Corporativa/Empresarial (RSC/E). En este último aspecto, los ODS (4,5,10,16,17) son fundamentales.

El periodista mediará entre la organización y los medios de comunicación social. Se forma al periodista en tareas de comunicación corporativa.

Es recomendable tener una actitud crítica y pro-activa en los procesos comunicativos dentro de las organizaciones hacia la opinión pública.

### 2. Resultados de aprendizaje

Los resultados de aprendizaje se derivan directamente de la adquisición de las siguientes competencias:

- Comprender y gestionar un conocimientos de la imagen corporativa, la reputación corporativa y la responsabilidad social corporativa, así como de los tipos, medios y sistemas de comunicación en instituciones y empresas y de las etapas de diseño y aplicación del Plan de Comunicación Integral y de las actuaciones en situación de crisis, con indicadores: aplicar los fundamentos de comunicación corporativa a analizar documentos de comunicación corporativa y a identificar la imagen corporativa en los mensajes.
- Gestionar y aplicar el conocimiento procedimental a seleccionar medios adecuados para comunicación interna y externa, con indicadores: creación de productos de comunicación externa.
- Mostrar capacidad de trabajo en equipo que facilite el desarrollo de los conocimientos con un intercambio cultural crítico y responsable, con indicadores: mostrar aptitudes colaborativas.

### 3. Programa de la asignatura

1. La Comunicación en las "Organizaciones"
2. El Manual de Gestión Comunicativa. Plan de identidad Corporativa. Plan de comunicación Integral
3. La comunicación interna y externa: publicaciones y actividades (on-line y off-line)
4. La imagen corporativa y la reputación corporativa. Su gestión
5. Planteamientos especiales sobre la comunicación publicitaria: Patrocinio, Mecenazgo.
6. Responsabilidad social corporativa. Protocolo.
7. La comunicación en situaciones de crisis
8. Tendencias en comunicación. Incidencia de las redes para la generación de imagen de marca y reputación.

### 4. Actividades académicas

La asignatura pone el énfasis en el estudio teórico de la disciplina de la comunicación corporativa y en la aplicación de esos conceptos al trabajo de los gabinetes de comunicación y la gestión de la comunicación en las organizaciones.

Se imparten clases magistrales, en las que se exponen los conceptos básicos sobre los que desarrollarán sus habilidades comunicativas que se complementan con actividades prácticas a realizar por el alumnado, de acuerdo con el contenido del temario. Se realiza un trabajo teórico-práctico individual.

### 5. Sistema de evaluación

#### Primera convocatoria

*Evaluación global.*

A) Realización de un trabajo individual de análisis de la comunicación corporativa de una empresa o institución (30% de la calificación). Se valorará:

- la calidad de las fuentes documentales utilizadas,
- la actualidad de la información y su análisis crítico,
- la descripción de la realidad comunicativa de la organización,
- las relaciones establecidas entre la organización y sus grupos de interés.

B) Evaluación final de contenidos teóricos sobre la materia explicada en clase y las lecturas de referencia (70% de la calificación). Se tendrá en cuenta:

- la definición y la relación entre sí de los conceptos teóricos,
- la aplicación a los trabajos realizados por el curso,
- el análisis crítico de las teorías y los modelos.
- la redacción académica.

**Segunda convocatoria**

Prueba de evaluación global idéntica a la primera.