

Plan 302 Lic.Publicidad y R. Públicas

Asignatura 30744 ORGANIZACION Y DIRECCION DEL GABINETE DE COMUNICACION

Grupo 1

Presentación

La asignatura proporcionará a los alumnos los conocimientos profesionales del funcionamiento de los Gabinetes o Departamentos de Comunicación que actúan como enlace entre las fuentes de información y la sociedad a través de los medios de comunicación.

Se analizarán todos los sujetos implicados en las tareas de comunicación: empresarios, periodistas, políticos y opinión pública, así como el manejo de las herramientas propias de los expertos en comunicación. En definitiva se trata de enseñar a los alumnos a convertirse en fuente de información al servicio de unos intereses, sirviéndose de los conocimientos de Comunicación y Relaciones Públicas.

Programa Básico

I.- Introducción a la comunicación empresarial

II.- Información y comunicación

2.1 Origen de los medios

2.2 Formación de opinión pública

III.- El concepto de Comunicación Empresarial y RR.PP.

IV.- Estructura de gabinetes y funciones

V.- Identidad e imagen corporativa

5.1 Elementos que componen imagen e identidad

5.2 Tipos de imagen

5.3 Auditoría de imagen

VI.- Comunicación integral

VII.- Responsabilidad social: Patrocinio y mecenazgo

VIII.- Campañas de Comunicación (fases)

8.1 Investigación

8.2 Estrategia (objetivos y público)

8.3 Plan de acciones

8.4 Calendario

8.5 Evaluación de resultados

IX.- Relación con los medios

9.1 Características y géneros periodísticos

X.- Nota/Comunicado de prensa

XI.- Dossier o Carpeta de prensa

XII.- Artículos de opinión

XIII.- Videocomunicados

XIV. Ruedas de prensa

XV.- Otras fórmulas: desayunos, presentaciones

XVI.- Declaraciones a medios

16.1 Formación de portavoces

XVII.- Cómo generar noticias

XVIII.- Organización de eventos

XIX.- Comunicación de ONG's

XX.- Comunicación interna

XXI.- Evaluación de resultados

21.1 Análisis diario de medios

Casos prácticos

Simulacros

Objetivos

Programa de Teoría

1. Introducción a la comunicación empresarial
 2. Información y comunicación
 - 2.1 Origen de los medios
 - 2.2 Formación de opinión pública
 3. El concepto de Comunicación Empresarial y RR.PP.
 4. Estructura de gabinetes y funciones
 5. Identidad e imagen corporativa
 - 5.1 Elementos que componen imagen e identidad
 - 5.2 Tipos de imagen
 - 5.3 Auditoría de imagen
 6. Comunicación integral
 7. Responsabilidad social: Patrocinio y mecenazgo
 8. Campañas de Comunicación (fases)
 - 8.1 Investigación
 - 8.2 Estrategia (objetivos y público)
 - 8.3 Plan de acciones
 - 8.4 Calendario
 - 8.5 Evaluación de resultados
 9. Relación con los medios
 - 9.1 Características y géneros periodísticos
 10. Nota/Comunicado de prensa
 11. Dossier o Carpeta de prensa
 12. Artículos de opinión
 13. Videocomunicados
 14. Ruedas de prensa
 15. Otras fórmulas: desayunos, presentaciones
 16. Declaraciones a medios
 - 16.1 Formación de portavoces
 17. Cómo generar noticias
 18. Organización de eventos
 19. Comunicación de ONG's
 20. Comunicación interna
 21. Evaluación de resultados
 - 21.1 Análisis diario de medios
- Casos prácticos
Simulacros
-

Programa Práctico

Evaluación

Convocatoria Ordinaria:

2.1.1 Asistencia y casos prácticos: 40%

2.1.2 Examen práctico + proyecto fin de curso 60%
