

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. La cultura de la comunicación
 3. El concepto de Comunicación Empresarial y RR.PP.
 - 3.1. Comunicación Empresarial
 - 3.2. Relaciones Públicas
 - 3.3. Responsabilidad Social Corporativa
 4. Opinión Pública y Persuasión
 5. Gabinetes de Comunicación: Estructura y funciones
 6. Identidad e imagen corporativa
 - 6.1 Elementos que componen imagen e identidad
 - 6.2 Tipos de imagen
 - 6.3 Auditoría de imagen
 7. Plan Estratégico de Comunicación
 - 7.1 Investigación
 - 7.2 Estrategia (objetivos y público)
 - 7.3 Plan de acciones
 - 7.4 Calendario
 - 7.5 Evaluación de resultados
 8. Plan Estratégico de Comunicación en Situación de Crisis
 9. Acciones de Comunicación Interna
 - 9.1. Definición
 - 9.2. El Rumor
 - 9.3. Instrumentos de comunicación interna:
 - Entrevistas
 - Círculos de calidad
 - Buzón de sugerencias
 - Informe anual
 - Actividades
 - Formación
 - Intranet
 - Manual de acogida
 - House organ
 - Consulta
 - Grandes actos
 - Otros instrumentos
 10. Comunicación externa
 - 10.1. Introducción
 - 10.2. Definición
 - 10.3. Gabinete de Relaciones Informativas
 - Creación de noticias
 - 10.4. Instrumentos de comunicación externa
 - Dossier o carpeta de prensa
 - Convocatoria de rueda de prensa
 - Comunicados / Notas de prensa
 - Videocomunicados
 - Patrocinio y Mecenazgo
 - Portal web
-

-
- Declaraciones
 - Entrevistas
 - Artículos de opinión
 - Publireportajes
 - Medios de contexto informal: desayunos, presentaciones
11. Organización de eventos

Análisis diario de medios
Casos prácticos
Simulacros

Programa Práctico

*** PRÁCTICA 1 (INDIVIDUAL):
HERRAMIENTAS TRANSMISIÓN INFORMACIÓN A LOS MM.CC.**

Búsqueda de ejemplos (convocatoria medios, notas de prensa, ruedas de prensa, declaraciones, entrevistas, dossiers, artículos de opinión, publireportajes...)

*** PRÁCTICA 2 (GRUPAL De 4 a 6 personas):
SIMULACRO RUEDA DE PRENSA**

Parte 1. Nota de prensa + Convocatoria medios

Parte 2. Rueda de prensa

Parte 3. Comunicado a los medios (destacando los aspectos más relevantes de vuestra rueda de prensa) + Noticia de prensa (sobre la rueda de prensa de otro de los grupos)

*** PRÁCTICA 3 (INDIVIDUAL):
RUEDA DE PRENSA "VI PROMOCIÓN PUBLICIDAD Y RR.PP."**

Parte 1. Nota de prensa + Convocatoria medios

Parte 2. Noticia de prensa

*** PRÁCTICA 4 (GRUPO DE TRABAJO):
COMUNICACIÓN DE CRISIS**

Parte 1. Ejemplos de crisis y cómo se solucionaron (aportación de la repercusión en los mm.cc., cómo se hicieron eco de la noticia...)

Parte 2. Valoración personal y nuevas soluciones/actuaciones

*** PRÁCTICA 5 (INDIVIDUAL):
CHARLAS GABINETE DE COMUNICACIÓN**

-

Parte 1. Nota de prensa + Convocatoria medios

Parte 2. Noticia de prensa

Evaluación

40% - ASISTENCIA Y PRÁCTICAS

60% - EXAMEN

Bibliografía
