

Plan 420 GRADO EN PERIODISMO

Asignatura 41346 COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

Grupo 1

Tipo de asignatura (básica, obligatoria u optativa)

Obligatoria

Créditos ECTS

6 créditos ECTS

Competencias que contribuye a desarrollar

Competencias Generales: G1, G2, G3, G5, G6, G7

Competencias Interpersonales: I8, I9, I10, I11, I12, I13, I14

Competencias Sistémicas: S15, S16, S17, S18, S19, S20, S21

Competencias Generales:

G.1. Capacidad de análisis y síntesis

El logro de esta competencia implica ser capaz de definir, distinguir y relacionar tanto los conceptos básicos como las premisas sobre las que se construye la exposición de cualquier argumento, así como de enunciar y fundamentar su contenido de forma sintética y crítica, en el contexto –científico, político, mediático, organizacional o del tipo que sea– en el que se presentan.

G.2. Planificación y organización

La adquisición de esta competencia significa ser capaz de determinar los objetivos, fines o prioridades del trabajo a desempeñar, organizando los plazos y los recursos necesarios y controlando los procesos establecidos.

G.3. Comunicación oral y escrita en la lengua propia de su país

El logro de esta competencia implica comprender y expresarse de forma correcta en la lengua castellana, tanto por escrito como oralmente.

G. 5. Utilización de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación tanto en el ámbito del estudio, como en el contexto profesional

La adquisición de esta competencia supone la capacidad para utilizar las TIC como herramienta de comunicación, acceso a las fuentes de información, archivo de datos y documentos, así como para la presentación, aprendizaje, investigación y trabajo cooperativo.

G. 6. Gestión y búsqueda de la información

El logro de esta competencia implica ser capaz de buscar, seleccionar, ordenar y relacionar informaciones provenientes de distintas fuentes.

G.7. Resolución de problemas y toma de decisiones

El logro de esta competencia implica ser capaz de, a partir de los conocimientos adquiridos, resolver problemas –o emitir un juicio sobre los mismos– sean éstos de índole teórica, práctica, o técnica; así como hacerlo de forma razonada, prudente, con empatía y eficacia.

Competencias específicas:

- Conocimiento de la disciplina: Comunicación Organizacional y su programación curricular.
- Conocimiento de los procesos informativos y comunicativos que se desarrollan en el ámbito de la Comunicación Organizacional, así como de las corrientes y teorías que los formalizan y critican, desde un punto de vista conceptual y metodológico.
- Conocimiento de las metodologías y de las técnicas de investigación en la Comunicación Organizacional; seguimiento y evaluación de resultados.
- Conocimiento del impacto de las nuevas tecnologías en el área de la Comunicación Organizacional; diseño de procesos mediante la creación de dispositivos para el trabajo en red.

Objetivos/Resultados de aprendizaje

- Dotar al alumno del conocimiento de la comunicación propia que se genera en instituciones, tanto de carácter público como privado, de los métodos y herramientas de difusión interna y externa de los mensajes, y de los procesos de elaboración de material discursivo, especialmente para los medios de comunicación.
- Capacitar al alumno para gestionar un departamento de comunicación, tanto en el apartado de comunicación externa (redacción de notas informativas, contacto con los medios, archivo, confección de publicaciones para clientes o usuarios, comunicación en situaciones de crisis, diseño y control de la imagen de la institución), como en el apartado de comunicación interna (elaboración de boletines, notas y revista interna, etc.)
- Capacitar al alumno para enfrentarse al desempeño de las funciones propias de un director de comunicación de una institución, ya sea de índole pública o privada.
- Capacitarle para crear, dirigir y trabajar en un departamento de comunicación poniendo en práctica un modelo comunicativo global e integrador de los diferentes ámbitos de la comunicación organizacional (externa, interna, de crisis y corporativa) tanto en su dimensión offline como online.
- Capacitarle para identificar y gestionar valores intangibles relevantes para la comunicación como la imagen y la identidad corporativa, prestando especial atención a la reputación y a la responsabilidad social de las entidades.
- Dotar al alumno del conocimiento de las implicaciones, transformaciones y oportunidades que las tecnologías de la información suponen en la práctica de la comunicación organizacional. Capacitarle para aplicar criterios rigurosos y bien definidos sobre la comunicación organizacional en la Red para analizar, planificar y gestionar la presencia y actuación de las instituciones en los medios sociales virtuales.

Contenidos

- Bloque I. Introducción a la comunicación organizacional
TEMA 1. La comunicación organizacional. Conceptos generales y evolución histórica.
- Bloque II: La comunicación organizacional tradicional
TEMA 2. La comunicación externa: el gabinete de prensa
TEMA 3. La comunicación interna
TEMA 4. La gestión integral de la comunicación. La comunicación global. Valores intangibles
TEMA 5. La estructura de departamento de comunicación. La figura del Dircom.
TEMA 6. El plan de comunicación.
TEMA 7. Gestión de crisis.
- Bloque III: La comunicación organizacional digital
TEMA 8. Internet revoluciona la comunicación organizacional
TEMA 9. Herramientas de la comunicación digital
TEMA 10. El community manager.
TEMA 11. El plan de comunicación online
TEMA 12. Gestión de crisis online.

Principios Metodológicos/Métodos Docentes

Lecciones magistrales
Estudio de casos reales
Prácticas en grupo e individuales

Criterios y sistemas de evaluación

INSTRUMENTO/PROCEDIMIENTO

PESO EN LA NOTA FINAL

OBSERVACIONES

Examen final por escrito sobre conocimientos teóricos y prácticos
60%

Ejercicio de carácter teórico-práctico a lo largo del curso
40%

Recursos de aprendizaje y apoyo tutorial

Se dispondrá de un espacio en la Web donde se colgarán recursos complementarios para el aprendizaje del alumno. Para consultar la bibliografía de referencia, acceder a la guía adjunta en formato pdf.

Calendario y horario

Primer cuatrimestre

Grupo A (turno de mañana)

- Lunes, de 9:00h a 11:00h
- Martes, de 11:00h a 13:00h

Tutorías Alicia Gil: lunes de 11:00 a 14:00 y de 15:00 a 18:00.

Grupo B (turno de tarde)

- Lunes, de 18:00h a 20:00h
- Martes, de 18:00 a 20:00h

Tutorías Antonio Álamo: jueves de 16:00 a 21:00 y de 18:00 a 19:00.

Tabla de Dedicación del Estudiante a la Asignatura/Plan de Trabajo

ACTIVIDADES PRESENCIALES

HORAS

ACTIVIDADES NO PRESENCIALES

HORAS

Clases teórico-prácticas (T/M)

30

Estudio y trabajo autónomo individual

60

Clases prácticas de aula (A)

25

Estudio y trabajo autónomo grupal

30

Laboratorios (L)

Prácticas externas, clínicas o de campo

Seminarios (S)

Tutorías grupales (TG)

Evaluación

Otras actividades

5

Total presencial

60

Total no presencial

90

Responsable de la docencia (recomendable que se incluya información de contacto y breve CV en el que aparezcan sus líneas de investigación y alguna publicación relevante)

Turno de mañana: Alicia Gil Torres (alicia.gil@hmca.uva.es)

Turno de tarde: Antonio Álamo González (a.alamo@fyl.uva.es)

Departamento de Historia Moderna, Contemporánea y de América, Periodismo y Comunicación Audiovisual y Publicidad (2ª planta)

