

63071 - Relaciones con los medios de comunicación

Información del Plan Docente

Año académico: 2020/21

Asignatura: 63071 - Relaciones con los medios de comunicación

Centro académico: 103 - Facultad de Filosofía y Letras

Titulación: 565 - Máster Universitario en Consultoría de Información y Comunicación Digital

Créditos: 6.0

Curso: 1

Periodo de impartición: Segundo semestre

Clase de asignatura: Optativa

Materia: ---

1. Información Básica

1.1. Objetivos de la asignatura

1. Conocer y comprender cómo se organiza la relación de una organización con los medios de comunicación.
2. Aplicar las diversas técnicas que se emplean para establecer esa relación.
3. Adaptar documentos de comunicación a diversos públicos.

1.2. Contexto y sentido de la asignatura en la titulación

Forma parte de la materia ?Comunicación corporativa?. Esta asignatura desarrolla la metodología de planificación y evaluación expuesta en la asignatura obligatoria ?Gestión de la comunicación estratégica? en lo que afecta a la difusión de la comunicación. Complementa las técnicas expuestas en la asignatura optativa ?Marca corporativa digital? y ?Organización de eventos y protocolo?.

1.3. Recomendaciones para cursar la asignatura

Asignatura optativa de la especialidad Comunicación Corporativa de interés también para quien opte por alcanzar el título de Máster sin especialidad. Su fin es presentar los diversos modos y técnicas que un gabinete o una dirección de comunicación corporativa utiliza para enviar información a través de los medios de comunicación social.

2. Competencias y resultados de aprendizaje

2.1. Competencias

El estudiante al superar la asignatura será más competente para:

CG 01 Adquirir conocimientos avanzados y demostrar una comprensión fundamentada de la metodología de la gestión de la información y la comunicación digital en una organización.

CE 16 Crear documentos de comunicación adaptados a las características y necesidades de los públicos internos y externos de la organización.

2.2. Resultados de aprendizaje

El estudiante al superar la asignatura es capaz de:

1. Implantar un plan de gestión de comunicación corporativa digital en cualquier tipo de organización.
2. Aplicar metodologías innovadoras para resolver situaciones de comunicación corporativa complejas.
3. Colaborar en el diseño de la política de comunicación y transparencia de una organización.
4. Adquirir nuevos conocimientos que le permitan generar nuevas ideas y soluciones para su aplicación en la dirección e implantación de proyectos de sistemas de comunicación corporativa digital.

2.3. Importancia de los resultados de aprendizaje

El estudiante es capaz de diseñar y crear documentos y organizar actividades de soporte para la realización de acciones de comunicación interna y externa con la participación de los medios de comunicación.

3.Evaluación

3.1.Tipo de pruebas y su valor sobre la nota final y criterios de evaluación para cada prueba

Primera convocatoria:

- Entrega de un trabajo académico consistente en la elaboración de un portafolio con ejercicios y actividades prácticas sobre los contenidos de la asignatura. Criterios de evaluación: calidad de los contenidos, uso correcto de las herramientas, variedad y adecuación de los recursos de información empleados, organización y presentación, precisión en el uso de la terminología y claridad expositiva. Valor: 70 % de la calificación.
- Realización de un ejercicio escrito de 60 minutos sobre los contenidos del portafolio. Criterios de evaluación: adecuación y pertinencia de las respuestas, exhaustividad en el desarrollo, capacidad de análisis y de síntesis, precisión en el uso de la terminología y claridad expositiva. Valor: 30 % de la calificación.

El ejercicio escrito se realizará de modo presencial y el trabajo se entregará a través de la plataforma digital docente en la fecha indicada en el calendario de exámenes de la Facultad de Filosofía y Letras.

El primer día de curso se presentará un calendario recomendado de realización del portafolio complementario al de las clases, adaptado a la enseñanza semipresencial con objeto de facilitar la adquisición de las competencias.

Segunda convocatoria:

Idéntica a la prueba global de evaluación de la primera convocatoria.

4.Metodología, actividades de aprendizaje, programa y recursos

4.1.Presentación metodológica general

Véanse Actividades de aprendizaje y programa.

En el primer día de clase se proporcionará más información sobre esta cuestión.

4.2.Actividades de aprendizaje

- Clases teóricas.
- Clases prácticas.
- Trabajo y estudio personal.
- Pruebas o actividades de evaluación.

4.3.Programa

1. Organización de relaciones con los medios en sus formatos habituales.
2. Comunicado, dossier y convocatoria.
3. Entrevista, conferencia y visita.
4. Audio/video comunicado, anuncio de servicio público.
5. Turno de entrevistas.
6. Dossier audiovisual.
7. Aparición y emplazamiento de mensaje.

4.4.Planificación de las actividades de aprendizaje y calendario de fechas clave

Véase el Calendario académico de la Universidad de Zaragoza (<http://academico.unizar.es/calendario-academico/calendario>) y la web de la Facultad de Filosofía y Letras (horario de clases: <https://fyl.unizar.es/horario-de-clases#overlay-context=horario-de-clases>; fechas de exámenes: <https://fyl.unizar.es/calendario-de-examenes#overlay-context=>)

En el primer día de clase se proporcionará más información sobre esta cuestión.

La asignatura se imparte en modalidad semipresencial con el apoyo de una plataforma digital docente y recursos de *e-learning*. Se han programado siete sesiones presenciales de 80 minutos con una periodicidad aproximada de catorce días a impartir durante la tarde del último día lectivo de la semana correspondiente. El calendario de clases presenciales y de actividades se publicará el primer día lectivo en la plataforma digital.

4.5.Bibliografía y recursos recomendados

En el primer día de clase se proporcionará más información sobre esta cuestión. Se presentará una bibliografía específica en la descripción de cada unidad didáctica.