

Grado en Periodismo

25338 - Proyectos de comunicación especializada: Comunicación corporativa

Guía docente para el curso 2014 - 2015

Curso: 4, Semestre: 2, Créditos: 9.0

Información básica

Profesores

- **María Guadalupe Gómez Patiño** mariagp@unizar.es

Recomendaciones para cursar esta asignatura

Para completar con éxito esta asignatura es recomendable haber cursado la asignatura teórica Comunicación e Identidad Corporativa, puesto que facilitaría mucho la realización de este proyecto especializado, si bien no es imprescindible.

Actividades y fechas clave de la asignatura

Presentación y análisis de Planes de Comunicación Integrales. Casos concretos reales: Semana 1- 2.

- Búsqueda fuentes bibliográficas y prácticas del tema a afrontar: Semana 4.
 - Puesta en común en grupo de todas las fuentes y planes encontrados. Evaluación individual y elaboración de un pre-plan conjunto, sobre la base de los puntos críticos y fuertes de cada uno de los individuales: Semana 6.
 - Confección del índice del Plan de Comunicación Integral (PCI), realización de contactos y estudio y preparación del caso individual: Semana 7.
 - Redacción del Plan de Comunicación Integral (PCI): Semanas 8 y 9.
 - Tutoría en grupo y presentación del guión definitivo: Semana 10.
 - Preparación de la exposición y defensa del Plan de Comunicación Integral (PCI): Semanas 11 y 12.
 - Exposición en Power Point y defensa del Plan de Comunicación Integral (PCI) en el aula ante el resto de grupos con evaluación por iguales "peer assessment": Semana 13.
 - Exposición en Power Point y defensa del Plan de Comunicación Integral (PCI) en papel: Semana 14.
-

Inicio

Resultados de aprendizaje que definen la asignatura

El estudiante, para superar esta asignatura, deberá demostrar los siguientes resultados...

1:

Es capaz de comprender y analizar la realidad de su entorno profesional en el ámbito periodístico y comunicativo.

2:

Será capaz de diseñar y desarrollar el Plan de Comunicación Integral (PCI) de la organización en la que trabaje, en diversos contextos.

3:

Podrá desarrollar los procesos de producción del Plan de Comunicación, en todos sus capítulos: Comunicación Interna, Externa, Responsabilidad Social Corporativa (RSC) y Plan de Crisis.

4:

Sabrá adoptar actitud favorable hacia respeto: valores fundamentales y Derechos Humanos.

5:

Será capaz de haber adquirido y mostrado aptitudes colaborativas.

6:

Podrá ser un buen comunicador, dominando las técnicas, lenguajes y contextos propios de la profesión.

Introducción

Breve presentación de la asignatura

La asignatura de Proyecto de Comunicación Corporativa, siendo de carácter obligatorio, es uno de los 3 proyectos optionales (4º Grado) que tiene como finalidad llevar a cabo desde una dimensión práctica todas las fases de diseño estratégico Y producción de un proyecto de Plan de Comunicación Integral (PCI). Su presentación y defensa pública académico-profesional favorecerá y cualificará al estudiante para poder diseñar y elaborar un Plan de Comunicación Integral (PCI), así como a defenderlo en un marco profesional. El proceso de aprendizaje pretenderá adecuar la formación al mercado comunicativo-empresarial real. De ahí que el aprendizaje se hará en base a Planes de Comunicación Integrales que están vigentes en las Direcciones de Comunicación de diferentes organizaciones, tanto españolas, europeas como internacionales.

Contexto y competencias

Sentido, contexto, relevancia y objetivos generales de la asignatura

La asignatura y sus resultados previstos responden a los siguientes planteamientos y objetivos:

Las primeras semanas se dedicarán a relacionar los indicadores de calidad del Plan de Comunicación Integral (PCI) propuesto, deben responder a las competencias que se pretenden desarrollar mediante esta asignatura, con las materias precedentes y procedentes de la asignatura Comunicación e Identidad Corporativa. Para ello, tanto para los estudiantes familiarizados con el tema, como aquéllos que no lo están, se tratará de analizar Planes de Comunicación Integrales (PCIs) reales, con una estructura formal y de contenido aceptadas; utilizando para ello métodos de análisis sencillos tipo DAFO, que permitan un primer test-diagnóstico a partir de sus: debilidades, fortalezas, amenazas y oportunidades.

Una vez diagnosticado, el trabajo de curso se centrará en la creación de un Plan de Comunicación Integral (PCI) personal e individual que cumpla las características señaladas, atendiendo a un índice de contenidos lo más completo, exacto y real posible, que pueda ser llevado a presentación formal. El objetivo principal es que los estudiantes sepan producir PCIs con la calidad necesaria y suficiente como para poder ser aplicados en la Dirección de Comunicación de una empresa real, teniendo en cuenta criterios de adaptabilidad y oportunidad reales, que habrán de ser aceptables por los estándares de calidad de las empresas del sector que los estudiantes hayan elegido. Se trabajará en seminarios, con talante colaborativo

de forma individual e interpersonal.

Contexto y sentido de la asignatura en la titulación

La asignatura se desarrolla a lo largo del segundo cuatrimestre de cuarto curso, al tiempo que los otros dos proyectos elegibles del mismo curso. El proyecto especializado de Comunicación Corporativa tiene por objeto diseñar y desarrollar un Plan de Comunicación Integral (PCI). Este Plan se enmarca dentro del Plan Estratégico General de cualquier organización y desarrolla las estrategias de comunicación, cuya aplicación es imprescindible en cualquier organización. Tiene un carácter práctico y real.

El "Proyecto de Comunicación Corporativa" prepara al estudiante (futuro Director de Comunicación) para diseñar y desarrollar todas las fases de un Plan de Comunicación Integral (PCI) que pueda ser puesto en práctica en una organización. Los capítulos imprescindibles en cualquier Plan de Comunicación son: 1) Comunicación Interna; 2) Comunicación Externa; 3) Comunicación de Responsabilidad Social Corporativa; y 4) Comunicación de Crisis.

Para ello, como trabajo previo llevará a cabo análisis de distintos PCIs que le darán las pautas a seguir respecto a los elementos que debe contener un proyecto de estas características y los tipos de estructura que puede seguir. Del mismo modo, una vez finalizado el proyecto, se evaluará como producto estratégico real, atendiendo a distintos parámetros de calidad.

Al superar la asignatura, el estudiante será más competente para...

1:

E1 - Ser competente en la indagación y análisis de la realidad en sus diversos ámbitos (Político, jurídico, económico, jurídico, artístico, cultural, científico, tecnológico y deportivo).

2:

E2 - Ser competente para la comunicación en los distintos géneros, lenguajes, soportes y tecnologías, integrado en los diferentes contextos y medios profesionales en los que se desarrolla la actividad periodística.

3:

E2.1 - Capacidad para expresarse correcta y eficazmente en los diversos lenguajes y contextos.

4:

E2.2.1 - Dominio de los procesos y técnicas de producción de contenidos informativos y de comunicación.

5:

E2.2.2 - Conocimiento del contexto y medio de la actividad periodística.

6:

E2.2.3 - Capacidad de trabajo autónomo y colaborativo.

Importancia de los resultados de aprendizaje que se obtienen en la asignatura:

El estudiante de Periodismo que cursa esta asignatura adquiere los conocimientos básicos para abordar la elaboración de todas las fases de un Plan de Comunicación Integral (PCI) sin perder el horizonte de su aplicación práctica y real. Por tanto incluirá la evaluación final del producto, verificando su capacitación para afrontar todas las tareas que se desarrollarán profesionalmente en la práctica.

Los distintos contenidos habrán de ser estudiados, partiendo de PCIs reales y entrevistas con Directivos de Comunicación, que servirán como base para la elaboración de un PCI óptimo.

Evaluación

Actividades de evaluación

El estudiante deberá demostrar que ha alcanzado los resultados de aprendizaje previstos mediante las siguientes actividades de evaluación

1:

1^a Convocatoria

Prueba de evaluación global

a) Características:

1) EVALUACIÓN DEL PCI escrito, en todo su desarrollo: (70%) basada en los conocimientos teóricos sobre Comunicación e Identidad Corporativa, y

2) PRUEBA PRÁCTICA PRESENTACIÓN INDIVIDUAL (EN PÚBLICO): (30%) (Duración: 30 minutos aprox.).

b) Criterios de evaluación: se valorará tanto la aplicación de los conocimientos, la capacidad crear y de poner la imaginación al servicio del conocimiento, la lógica y la coherencia, así como la corrección en la redacción (sin errores ortográficos) y la presentación formal, siendo el criterio fundamental la viabilidad del Proyecto, en términos de eficiencia.

En la presentación oral se evaluará tanto la capacidad comunicativa verbal como la comunicación no verbal, así como la claridad expositiva.

2:

2^a Convocatoria

Prueba global

a) Características:

1) EVALUACIÓN DEL PCI escrito, en todo su desarrollo: (70%) basada en los conocimientos teóricos sobre Com. e Identidad Corporativa, y

2) PRUEBA PRÁCTICA PRESENTACIÓN INDIVIDUAL (EN PÚBLICO): (30%) (Duración: 30 minutos aprox.).

b) Criterios de evaluación: se valorará tanto la aplicación de los conocimientos, la capacidad crear y de poner la imaginación al servicio del conocimiento, la lógica y la coherencia, así como la corrección en la redacción (sin errores ortográficos) y la presentación formal, siendo el criterio fundamental la viabilidad del Proyecto, en términos de eficiencia.

En la presentación oral se evaluará tanto la capacidad comunicativa verbal como la comunicación no verbal, así como la claridad expositiva

Actividades y recursos

Presentación metodológica general

El proceso de aprendizaje que se ha diseñado para esta asignatura se basa en lo siguiente:

La asignatura tiene una naturaleza eminentemente práctica y aplicada, consistente en el desarrollo de todas las fases de elaboración de un PCI. Previamente, se proponen una serie de actividades centradas en el análisis de PCIs reales para verificar las pautas teóricas e indicadores de calidad establecidos por los estudiantes mismos, o seleccionados de entre los PCIs existentes, que cumplan los criterios necesarios para confeccionar un PCI óptimo en su aplicación práctica.

Actividades de aprendizaje programadas (Se incluye programa)

El programa que se ofrece al estudiante para ayudarle a lograr los resultados previstos comprende las siguientes actividades...

1:

Las clases tipo seminario en el aula, serán alternadas con visitas a Gabinetes de Comunicación de diferentes organizaciones para poder constatar en la prácticas las diferencias en los PCIs, basadas en las diferentes naturalezas y sectores de las organizaciones estudiadas.

A lo largo del proceso de aprendizaje, cada estudiante elaborará un PCI en papel, evidencia de su aprendizaje y capacidad, que servirá como Portfolio para entrevistas profesionales futuras.

Como referencias generales se utilizarán;

- Manual Plan de Comunicación (PYME)
- Manual de la Comunicación (DIRCOM)
- Comunicación. Casos Prácticos. IESE/DIRCOM
- Distintos planes específicos y reales, así como diferentes presentaciones relativas a los capítulos tratados.

Planificación y calendario

Calendario de sesiones presenciales y presentación de trabajos

Las clases se ajustarán al Calendario Académico aprobado por la Universidad.

Las fechas de las Pruebas Globales de Evaluación serán establecidas y publicadas por la Facultad.

Al principio de curso se informará del calendario de las pruebas del sistema de Evaluación.

Referencias bibliográficas de la bibliografía recomendada