

## 25342 - Communication and corporate identity

### Información del Plan Docente

Academic Year	2018/19
Subject	25342 - Communication and corporate identity
Faculty / School	103 - Facultad de Filosofía y Letras
Degree	272 - Degree in Journalism
ECTS	6.0
Year	
Semester	Four-month period
Subject Type	Optional
Module	---

### 1.General information

#### 1.1.Aims of the course

#### 1.2.Context and importance of this course in the degree

#### 1.3.Recommendations to take this course

### 2.Learning goals

#### 2.1.Competences

#### 2.2.Learning goals

#### 2.3.Importance of learning goals

### 3.Assessment (1st and 2nd call)

#### 3.1.Assessment tasks (description of tasks, marking system and assessment criteria)

### 4.Methodology, learning tasks, syllabus and resources

#### 4.1.Methodological overview

See "Learning activities " and "Syllabus". More information will be provided on the first day of class.

#### 4.2.Learning tasks

The course includes the following learning tasks:

- Lectures.
- Practice sessions.
- Autonomous work and study.

## 25342 - Communication and corporate identity

- Assessment tasks.

### 4.3.Syllabus

The course will address the following topics:

- 1. Concept of strategic communication
- 2. The evolution of public relations
- 3. Ethics and professionalism
- 4. Departments and consultants
- 5. The strategic process
- 6. Relations with the media
- 7. The Internet and social media
- 8. The organisation of events
- 9. Corporate brand
- 10. Crisis communication
- 11. Institutional relations
- 12. Corporate social responsibility

### 4.4.Course planning and calendar

Further information concerning the timetable, classroom, office hours, assessment dates and other details regarding this course, will be provided on the first day of class or please refer to the Facultad de Filosofía y Letras website <https://fyl.unizar.es/>

### 4.5.Bibliography and recommended resources

[BB: Bibliografía básica / BC: Bibliografía complementaria]

- [BB] Wilcox, Dennis L.. Relaciones públicas : estrategias y tácticas / Dennis L. Wilcox, Glen T. Cameron, Jordi Xifra . - 10ª ed. Madrid : Pearson Educación, 2012
- [BC] Arroyo, Luis. Los cien errores en la comunicación de las organizaciones / Luis Arroyo, Magali Yus . - 4ª ed. Madrid : ESIC, [2011]
- [BC] Bielsa Tomás, Sonia. Participación en la definición de la identidad corporativa de Alcance, y diseño de su estrategia de comunicación [recurso electrónico] / Sonia Bielsa Tomás ; [director, Eduardo Manchado Pérez] 2008
- [BC] Capriotti, Paul. Planificación estratégica de la imagen corporativa. - 1999 Barcelona: Ariel
- [BC] Comunicación corporativa. Las relaciones con los medios de comunicación / Miguel Ángel Hernández Robledo, Agustín Macías Castillo (coords.) Salamanca : Publicaciones Universidad Pontificia, 2009
- [BC] Costa, Joan. Imagen global : evolución del diseño de identidad / Joan Costa Barcelona : CEAC, 1989
- [BC] Diccionario Lid comunicación y marketing : comunicación integral, marketing, publicidad, empresa, imagen corporativa, internet, marcas, investigación, medios, ventas, distribución / director de obra Antonio Caro y Marcelino Elosua . - 1ª ed. Barcelona: LID Editorial empresarial, 2004
- [BC] El libro práctico de la comunicación y las relaciones públicas : el porqué y el cómo de una profesión apasionante / [elaborado por la Asociación de Empresas Consultoras en Relaciones Públicas y Comunicación (ADECEC)] . - [1a. ed.] Barcelona : Folio, 1997
- [BC] Estrategias y técnicas de comunicación : una visión integrada en el marketing / Inmaculada Rodríguez Ardura (coordinadora) . 1ª ed. 2007, 1ª reimp. 2011 Barcelona : Editorial UOC, 2007.
- [BC] Galindo Rubio, Fernando. Comunicación audiovisual corporativa : cómo audiovisualizar la identidad de las organizaciones / Fernando Galindo Rubio Salamanca : Universidad Pontificia de Salamanca, Servicio de Publicaciones, 2004
- [BC] García Orosa, Berta. Gabinetes de comunicación on line : claves para generar información corporativa en la red / Berta García Orosa Sevilla ; Zamora : Comunicación Social, 2009
- [BC] Garrido M., Francisco Javier. Comunicación estratégica / Francisco Javier Garrido M. . - 1a. ed. Madrid: Gestión 2000, 2004
- [BC] Greener, Tony. Imagen y relaciones públicas / Tony Greener Madrid : Pirámide, 1995
- [BC] La comunicación de la responsabilidad social corporativa : memoria académica Curso 2004-2005 / editor, N.

## 25342 - Communication and corporate identity

- Villagra García . - [1a. ed.] Madrid : Universidad Pontificia de Comillas, [2005]
- [BC] Lacasa Antonio, S.. Gestión de la comunicación empresarial. - 2004 Barcelona: Gestion 2000
  - [BC] Llano Aristizabal, S.L. [et al.]. Comunicación empresarial. Plan estratégico como herramienta gerencial. - 2007 La Sabana: Universidad de La Sabana
  - [BC] Manual de gestión de imagen y comunicación de la Universitat Jaume I Castelló de la Plana : Servei de Comunicació i Publicacions, Universitat Jaume I, D.L. 2000
  - [BC] Marín Calahorro, Francisco. Responsabilidad social corporativa y comunicación / Francisco Marín Calahorro Madrid : Fragua, 2008
  - [BC] Martín Martín, Fernando. Comunicación en empresas e instituciones: de la consultora a la dirección de comunicación. - 1995 Salamanca: Ediciones Universidad
  - [BC] Matilla, Kathy. Modelos de planificación estratégica en la teoría de las relaciones públicas / Kathy Matilla ; prólogo de Albert Sáez Casas Barcelona : Editorial UOC, 2008
  - [BC] Mediavilla Nieto, Gerardo. La comunicación corporativa en el deporte : cómo organizar y gestionar la imagen de una empresa, institución o evento deportivo / Gerardo Mediavilla Madrid : Gymnos, D.L. 2001
  - [BC] Sanz de la Tajada, Luis Ángel. Integración de la identidad y la imagen de la empresa : desarrollo conceptual y aplicación práctica / Luis Ángel Sanz de la Tajada Madrid : ESIC, D.L. 1994
  - [BC] Sanz González, Miguel Ángel.. Identidad corporativa : claves de la comunicación empresarial / Miguel Ángel Sanz Gonzalez, María Ángeles González Lobo. Madrid : ESIC, 2005.
  - [BC] Scolari, Carlos Alberto. Hipermediaciones : elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva / Carlos Scolari . - 1ª ed. Barcelona : Gedisa, 2008
  - [BC] Sotelo Enríquez, Carlos. Introducción a la comunicación institucional / Carlos Sotelo Enríquez Barcelona : Ariel, 2008
  - [BC] Sunstein, Cass R.. Rumorología : cómo se difunden las falsedades, por qué nos las creemos y qué se puede hacer contra ellas / Cass R. Sunstein ; prólogo de Irene Lozano ; traducción de Alfonso Barguñó Viana . - 1ª ed. [Barcelona] : Debate, 2010
  - [BC] Villafaña, Justo. La buena reputación : Claves del valor intangible de las empresas / Justo Villafaña . - [1a. ed.] Madrid : Pirámide, D.L. 2003
  - [BC] Villafaña, Justo. La gestión profesional de la imagen corporativa / Justo Villafaña . - [1a. ed.] Madrid : Pirámide, 1999
  - [BC] Xifra, Jordi. Casos de relaciones públicas y comunicación corporativa / Jordi Xifra, Ferran Lalueza Madrid : Pearson-Prentice Hall, [2009]