

# **Guía Docente**

# **DATOS DE IDENTIFICACIÓN**

Titulación:	Grado en Periodismo				
Rama de Conocimiento:	Ciencias Sociales y Jurídicas				
Facultad/Escuela:	Ciencias de la Comunicación				
Asignatura:	Dirección de Comunicación				
Tipo:	Optativa		Créditos ECTS:	3	
Curso:	3		Código:	3278	
Periodo docente:	Quinto semestre				
Materia:	Técnicas de Comunicación				
Módulo:	Organización y Producción Informativa				
Tipo de enseñanza:	Presencial				
Idioma:	Castellano				
Total de horas de dedicación del alumno:	75				
dedicación del aldinno.					
Cavina Doganta	1	Corres Ele			
Equipo Docente		Correo Ele	ectronico		
Daniela Penélope Musicco		daniela.musicco@ufv.es			

# **DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA**

En la asignatura "Dirección de Comunicación" se pretende que los alumnos conozcan la concepción de la información y la comunicación como herramientas de consolidación de la imagen corporativa de empresas, instituciones y colectivos diversos, así como los procesos de transformación digital, hoy indispensables en la creación y difusión de una exitosa estrategia de comunicación. Se abordarán los ámbitos laborales en los que esta figura, hoy definitivamente arraigada al mundo del Periodismo y la empresa desarrolla su labor, sus objetivos, la ejecución de tácticas comunicativas y métodos reputacionales, y los procedimientos y técnicas para

consolidar el cumplimiento de objetivos.

Se dará especial relevancia a desarrollar la idea de la Dirección de Comunicación como un medio para fomentar el bien común, para cumplir con la misión del hombre de cuidar de los otros y de la tierra; se contemplará una revisión de la Agenda 2030 para dar paso a una idea global de ecología en la que el ser humano y la salvaguardia de su vida de principio a fin, desde su concepción hasta su muerte natural, es central. Se profundizará sobre la Dirección de Empresa como agente de cambio en el entorno empresarial y en la socieda en la que esta actua.

## **OBJETIVO**

El objetivo final de esta asignatura es, no solo dar los instrumentos para conocer el valor y las tareas de la Dirección de Comunicación, sino también comprender su papel primordial en la transformación de una sociedad, más auténtica, más verdadera y proclive al bien común y al respeto de la vida humana.

#### **CONOCIMIENTOS PREVIOS**

Se valorará el haber cursado la asignatura de Marketing y Comunicación Empresarial en 2º curso.

## **CONTENIDOS**

TEMARIO: INTRODUCCIÓN. Continuidad con la Comunicación de Empresa - Qué es dirigir la Comunicación de una Empresa - El sentido de la Dirección de Comunicación empresarial - El gran cambio en la empresa; motor de transformación social

TEMA 1. Dirección de Comunicación y el bien común. - La búsqueda de la verdad que aporta el ADN de los periodistas en la Dirección de Comunicación - La agenda 2030 y la Dirección de Comunicación de Empresa - El bien común, la casa común, Laudato SI - Los ODS y la Dirección de Comunicación de empresa DEBATE EN CLASE: Filantropia, Caritas, Limosna PRÁCTICA EN CLASE: Identificar, documentar, exponer y debatir un caso real de Dirección de Comunicación y fomento del bien común.

TEMA 2.- El Dircom ha venido para decir la verdad - El ejercicio de la coherencia, la transparencia y el comportamiento ético - Cualidades y perfil del profesional Dircom - La figura del Dircom sus funciones en la empresa - Implicación en el modelo de negocio hacia la RSC y la Sostenibilidad - La reforma del Código del Buen Gobierno de Sociedades Cotizadas - El ejercicio de la libertad y peso estratégico del Dircom en la elección del bien - Ética empresarial, código ético. Un ejemplo: Danone - El Dircom y el compromiso con el entorno, medioambiente, desigualdades sociales - El Dircom y el compromiso interno, y sentimiento de pertenencia - Actuar en el Plan de Comunicación: los 10 pasos PRÁCTICA EN CLASE: Encuentros Dircom. Entrevistas sobre la difícil elección TEMA 3. Herramientas de la Dirección de Comunicación: técnicas y estrategias (Repaso de Marketing y Comunicación Empresarial) - Cómo llegar a los objetivos - Análisis previo: datos de empresa, historia, DAFO - Objetivos, cómo deben ser - Público y segmentación - Estrategia como un resumen de nuestro Plan - Herramientas en la Dirección de Comunicación - Equipo y reparto de funciones - El Claim una frase motivadora para nuestro Plan - El Budget, no es un impedimento - El Plan de Medios - Acciones; cómo llevo a cabo la estrategia - Timing para organizar el trabajo - Las KPIs y la medición de resultados PRÁCTICA EN CLASE: Diseño de un plan básico de Comunicación aplicado a un caso real. MATRIZ CAME DATOS Y DIRCOM MODELO CANVAS

TEMA 4.- Los procesos creativos de la Dirección de Comunicación al servicio de los otros. - La Comunicación B2B - La Comunicación B2C - Inbound marketing - Redacción con orientación SEO - La comunicación face to face - Branded podcast Corporativos PRÁCTICA EN CLASE: Elección de herramientas y desarrollo concreto para el Plan de Comunicación en el caso real propuesto.

TEMA 5. Cómo servir desde la Dirección de Comunicación - La revolución del "consumidor" social - El Dircom ante el prosumer - Auge de la "web participativa" y el Social Media Optimization Página 3 - Las plataformas colaborativas - La costumización - La geolocalización y el marketing de proximidad - La 4ª Revolución Industrial. Tendencias Dircom 2020/2030 - La sostenibilidad y el deseo de cambiar el mundo de la generación z - La revolución silenciosa MATRIZ PEST y PESTEL PRÁCTICA EN CLASE. Presentación de Proyectos a las empresas reales. Temática para trabajos voluntarios: La comunicación de la belleza. ACTIVIDADES FORMATIVAS: Encuentros Dircom

## **ACTIVIDADES FORMATIVAS**

- 1. Presencial. Constituye la actividad principal, con clases teórico-prácticas en módulos de dos horas consecutivas, de modo que la primera hora estará destinada a explicar conceptos teóricos del temario al alumno (dispondrá de cada tema en el aula virtual), con exigencia de participación de los alumnos en la aportación de ejemplos prácticos, resolución de dudas, debates que puedan generarse en torno a algunos ejemplos, aportaciones personales de experiencias propias del alumno, etc... De modo general, la última hora estará dedicada a realización de prácticas individuales y en grupo, a la exposición de trabajos y propuestas, a la asistencia de expertos en comunicación corporativa para dar a conocer su metodología de trabajo y sus experiencias, la aproximación práctica al futuro laboral del alumno, y a la explicación de cómo realizar trabajos prácticos, en especial el trabajo fin de cuatrimestre.
- 2.- No presencial. Recopilación de documentación e investigación por parte de los alumnos, de modo individual y en grupo, para la realización de trabajos que deben ser expuestos en clase. Estudio teórico de la asignatura. Preparación y ejecución del Trabajo fin de cuatrimestre. La metodología de la actividad formativa en clase será la siguiente:
- Clases expositivas y lección magistral participativa. Exposición de los contenidos y actividades por parte del profesor, dando pie constante a la participación y valoraciones de los alumnos para comentar los contenidos, fomentar el debate. Apoyo en cada clase teórica de material bibliográfico y de presentaciones audiovisuales en clase para facilitar el aprendizaje y mantener la atención del alumno.
- Clases prácticas, tal como se ha relatado en el apartado anterior.
- Trabajos individuales para el perfeccionamiento de las técnicas de comunicación, exposición de los alumnos para fomentar la mejora del habla en público, asumir la relevancia del lenguaje verbal y no verbal, amplificar la capacidad de convicción del alumno y de fomento de su expresión.
- Trabajos en grupo para el fomento de la participación igualitaria, de modo que unos alumnos no sobrelleven la carga de alumnos con menos dosis de esfuerzo. El fomento del trabajo en equipo, de igual modo que el liderazgo constructivo, son relevantes a la hora de que el profesor pueda formarse un criterio respecto a la capacidad de dirección de comunicación que pueda llegar a tener cada alumno.
- Visitas de expertos profesionales en activo dedicados a la dirección del comunicación para que el alumno interactúe con ellos, y se forme un criterio de esta actividad vinculada al periodismo para que en el futuro pueda optar por esta vía de la comunicación.
- -Tutorías: personalizadas e individualizadas con el fin de corregir, revisar, aconsejar, dirigir, alentar y orientar al alumno en todo aquello que pueda serle útil a nivel personal y académico. Podrán realizarse, si así lo demandan las circunstancias o lo reclama el grupo de clase, tutorías grupales con idéntico sentido para supervisar la evolución de la asignatura, corregir posibles errores, fomentar su participación, evaluar su grado de aprendizaje, etcétera
- -Evaluación. Realización de un examen final de la asignatura. Evaluación de los trabajos individuales y colectivos presentados, que se irán detallando en cada una de las clases prácticas. Evaluación de la participación en el aula y en la implicación académica con la asignatura de cada alumno. Realización de un trabajo fin de cuatrimestre acreditativo del aprendizaje de todos los contenidos enseñados en la asignatura.
- -Trabajos individuales y en grupo, tal y como se ha descrito en los anteriores apartados. En estos casos, se incidirá en el aprendizaje basado en problemas reales, estudios de casos ocurridos y cómo fue su resolución en materia de comunicación institucional, debates entre alumnos, supervisados y ordenados por el profesor, para alcanzar conclusiones comunes. Fomento de la diversidad participativa, de la reflexión, y de la capacidad de improvisación del alumno.
- -Trabajo virtual en red. Análisis por parte del alumno de las prácticas, documentos y apuntes, y de artículos especializados que se irán publicando en el aula virtual como acompañamiento a la bibliografía de la asignatura.
- -Trabajo cooperativo y desarrollo de los trabajos, con la búsqueda de documentación y de herramientas web creativas para afrontar las exigencias de la asignatura. Presentaciones por parte de los alumnos de esos trabajos prácticos con exposición libre. En estos casos, habrá una división del aula por grupos cuyos componentes designará el profesor. El fomento del trabajo en equipo es esencial en la Dirección de Comunicación: el reparto de tareas, la delegación de funciones, la supervisión colectiva de los contenidos, el reparto equitativo de la carga de trabajo... Todo ello debe quedar reflejado en este tipo de trabajo cooperativo.

# DISTRIBUCIÓN DE LOS TIEMPOS DE TRABAJO

ACTIVIDAD PRESENCIAL

TRABAJO AUTÓNOMO/ACTIVIDAD NO PRESENCIAL

30 horas 45 horas

## **COMPETENCIAS**

## Competencias básicas

Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio

Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio

Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética

Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado

Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía

## Competencias generales

Descubrir, valorar y contrastar con uno mismo diversas respuestas a las preguntas existenciales que caracterizan la vida personal y comunitaria.

Desarrollar la capacidad para ejercer como responsable de comunicación institucional, como responsable de la dirección de comunicación de una Organización o como gestor de portales, editor de contenidos y consultor de comunicación.

## Competencias específicas

Adquirir un conocimiento sobre las teorías y técnicas de la publicidad, la comunicación corporativa y el marketing aplicado para aplicarlas en el ejercicio cotidiano de la actividad periodística.

Lograr que los alumnos sean capace de aplicar los conocimientos adquiridos en las asignaturas de periodismo especialmente en el uso de las fuentes y la búsqueda de la verdad, para apoyo y desarrollo de una ética empresarial que revierta en la sociedad.

Coseguir que lo alumnos apliquen sus conocimientos tecnológicos y de medios para ponerlos al servicio de la empresa en su propagación del bien común a la sociedad.

## **RESULTADOS DE APRENDIZAJE**

RE05 Los alumnos deberán aprender a buscar las fuentes, jerarquizar la información, seleccionar aquellos documentos o cualquier rastro e indicador para poder efectuar el análisis e investigación de las motivaciones profundas de la empresa y de las personas que trabajan en ella, su razón de ser, su verdadera misión y visión, su inicio, su "Rosebud", para poder comprender y estudiar situaciones de comunicación de crisis, interna y externa, para poder a partir de dicho estudio e investigación dar después sus respuestas creativas y comunicativas. CE05 - Identificar y utilizar adecuadamente las fuentes informativas. Adquirir la capacidad para buscar, seleccionar y jerarquizar cualquier tipo de fuente o documento (escrito, sonoro, visual, etc.) de utilidad para la elaboración y procesamiento de información, así como para su aprovechamiento comunicativo persuasivo o de ficción o entretenimiento.

RE15 Los alumnos una vez que han logrado buscar y encontrar las causas, orígenes y necesidades comunicativas de una empresa, para poderlas expresar, transmitir, compartir...deberán utilizar las técnicas más convenientes a su alcance propias de la comunicación corporativa y el marketing que irán desde las ya aprendidas en primero aplicándolas a la comunicación corporativa: vídeos, textos, audios, manejo de redes, web, blog, canal de youtube...; a las propias de la comunicación corporativa: newsletter, mailing, acciones de street marketing, branded content, apps, advergame,...; y las nuevas tendencias como: voice marketing, IGTV en Instagram, uso de big data en marketing personalizado, realidad aumentada en face book, chatbots en marketing automation... CE15 - Adquirir un conocimiento sobre las teorías y técnicas de la publicidad, la comunicación corporativa y el marketing aplicado para aplicarlas en el ejercicio cotidiano de la actividad periodística.

RE28 Resultados de aprendizaje: Una vez lograda la información útil para comprender las situaciones, para analizar el origen profundo y motivación de las cosas, los alumnos deberán ser capaces de encontrar los medios y formas más adecuados para comunicar. Para esto necesitaran aplicar su sentido crítico y creativo que les llevará a conseguir las mejores soluciones en la toma de decisiones. Al principio del curso en las primeras competencias se requerirá a los alumnos un trabajo de introspección para buscar en ellos mismos sus primeras motivaciones más profundas, se les ayudará a expresarlas, comunicándolas de forma creativa, este será el principio del trabajo en la asignatura, porque si no se logra este trabajo personal, difícilmente podrán iniciar una investigación en la búsqueda de las motivaciones profundas en la empresa, ni analizar las causas, el origen profundo y encontrar la razón de ser verdadera de todo acto comunicativo. Una vez conseguido este trabajo de estudio de fondo les será más fácil llegar a la toma de decisiones tanto en relación a la diferenciación de las malas y buenas prácticas en la comunicación, como en la coherencia con respecto a la propia ética personal y empresarial y finalmente en la valoración de la toma de decisiones capaces, en el ámbito del Marketing y de la Comunicación Empresarial, de lograr una mejora social hacia el bien común y finalmente en el desarrollo de una mayor comprensión y profundización en el sentido vital del hombre, (El hombre en busca de sentido o El sentido busca al hombre) lo que hemos simplificado y llamado en este curso "Rosebud". CE28 - Desarrollar criterios para la resolución de problemas y la toma de decisiones, tanto en el ámbito profesional como en el ámbito personal.

## SISTEMA DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

CONVOCATORIA DE ENERO Ponderación de la evaluación continua: 1.- Prueba o examen objetivo de contenidos. Será un examen con mezcla de preguntas cortas específicas del temario. Se corresponderá con el temario específico que consta en la guía docente, explicitado en los apuntes que aportará el profesor al alumno a través del aula virtual. Las preguntas de ese examen se corresponderán con apartados concretos y textuales del temario. Su valor será el 35 por ciento de la nota final de la asignatura. Es decir, ese examen se corregirá teniendo en cuenta que tendrá un valor de 3,5 puntos sobre el total de 10 de la asignatura. 2.- Se valorará también la participación en actividades fuera del aula, entre estas los Encuentros Dircom, las Acciones de Innovación Docente y los Trabajos Voluntarios especificados en el aula virtual de la asignatura, en total 1 punto. A este punto se añadirán 0,5 puntos más vinculados al factor de asistencia y 0,5 vinculados a la participación e implicación de cada alumno en la asignatura. En total, este segundo apartado representa el 20 por ciento de la puntuación de la asignatura, es decir, 2 puntos sobre la nota final. 3.- Trabajo en Grupo e Individual fin de cuatrimestre. Será un trabajo resumen y colofón al aprendizaje de todo el contenido global de la asignatura. Teniendo en consideración que, tal y como se explica en el aula virtual, es un trabajo creativo, original, desarrollado, completo y profundo; cada alumno, en su parte asignada, que expondrá oralmente, demuestra su capacidad adquirida de aplicar y explicar oralmente todos los contenidos de la materia, porque a fin de cuentas es un corolario de la asignatura; se le da un valor del 45 por ciento de la nota final de la asignatura, es decir, 4,5 sobre 10 puntos. En resumen, 35%+20%+45%= 100% La asistencia a las clases teóricas y prácticas es obligada. Salvo circunstancias

excepcionales y justificadas por los responsables del departamento de Comunicación o Periodismo, las ausencias se verán penalizadas en ese segundo tramo del 15 por ciento de la nota final, conforme a los siguientes criterios: Asistencia 0,5 puntos Entre 80 y 100% de participación: 0,5 puntos Entre 60 y 80% de participacion: 0,3 puntos Entre 50 y 60% de participación: 0,2 puntos Por debajo del 50%: 0 puntos. La asistencia debida mínima del alumno es del 70 por ciento para las clases teóricas y prácticas de la asignatura. La asistencia debida mínima del alumno es del 70 por ciento de las tutorías que se establezcan. Ampliación de la evaluación continua: Para aprobar la asignatura es imprescindible haber realizado las partes prácticas del trabajo final, haber realizado el examen, y haber presentado el trabajo fin de cuatrimestre. No realizar a lo largo del cuatrimestre las mismas prácticas que el resto de los alumnos implicará la imposibilidad de aprobar la asignatura. Un alumno podrá realizar en la convocatoria de enero el examen teórico al que tiene derecho, pero no podrá acceder a un aprobado hasta haber presentado tanto las prácticas como el trabajo fin de cuatrimestre. En caso de aprobar ese examen teórico, se le quardará la nota hasta poder presentar en la convocatoria extraordinaria todas las prácticas pendientes, en la manera que establezcan profesor y alumno en una tutoría específica que debe instar el propio alumno. Es conditio sine qua non para poder aprobar la asignatura. También será imprescindible aprobar tanto el examen teórico (alcanzar un mínimo de1,75 puntos sobre 3,5), como el trabajo fin de cuatrimestre (2,25 puntos sobre 4,5). En definitiva, una nota no podrá compensar a la otra, incluso aunque ambas sumen lo suficiente para un aprobado. Valga un ejemplo: no será aceptado obtener un 3,5 sobre 3,5 en el examen práctico, y un 1,5 sobre 4,5 en el trabajo fin de cuatrimestre, aunque entre ambas notas sumen 5 sobre 10. Es indispensable aprobar de modo individual estas dos partes, teórica y práctica, de la asignatura. Los requerimientos mínimos para mantener la evaluación continua son: -Entrega de una ficha detallada de alumno en las primeras dos semanas de clase -Darse de alta en el aula virtual y publicar una foto y su correo electrónico en las dos primeras semanas. - Haber realizado y entregado al profesor, en las fechas que se determinen durante el curso, todos aquellos trabajos personales y grupales que se reclamen por parte del profesor. En caso de no hacerlo en la fecha específica prevista, deberá hacerlo en todo caso el día del examen de la asignatura en sus distintas convocatorias (enero o extraordinaria) CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA. Incluirá lo siguiente: 1. Realización de un examen teórico de los contenidos de la asignatura con idéntico porcentaje de nota que el establecido para la convocatoria de enero. 3,5 sobre 10. 2.-Presentación de todas las prácticas realizadas durante el cuatrimestre en el mismo acto en que se realiza el examen teórico, con un valor que compensará la asistencia y la participación en clase respecto al expresado anteriormente para este apartado y que será de: 2 sobre 10. 3.- Presentación obligada del trabajo fin de cuatrimestre: 4,5 puntos sobre 10. Ampliación de información sobre la convocatoria extraordinaria: De igual modo que en la convocatoria ordinaria, será necesario aprobar tanto el examen como el trabajo fin de cuatrimestre para optar a un aprobado definitivo de la asignatura. No podrá presentarse al examen teórico en una convocatoria extraordinaria aquel alumno que no presente además los trabajos, prácticas y fin de cuatrimestre que tenga pendientes, y que sí realizaron el resto de sus compañeros de clase. La nota aprobada de un examen teórico en una convocatoria ordinaria se podrá guardar en favor del alumno hasta la convocatoria extraordinaria, para aquellos casos en los que la convocatoria extraordinaria solo sirva para la entrega de trabajos y prácticas pendientes. Cualquier aclaración al respecto se le realizará al alumno de modo personalzado en una tutoría que debe ser instada por el propio alumno. NOTA Todos los trabajos y prácticas serán verificados con la herramienta de antiplagio Turnitin para evitar las copias. Solo será permitido en todo el trabajo un porcentaje inferior al 5% de coincidencia con otros textos; ese 5% corresponderá a las citas literales. Aquellos trabajos o entregas que superen el 5% recibirán un 0 en su calificación. "Las conductas de plagio, así como el uso de medios ilegítimos en las pruebas de evaluación, serán sancionados conforme a los establecido en la Normativa de Evaluación y la Normativa de Convivencia de la universidad." El uso de la IA como base para la realización de trabajos será penalizado con la descalificación del mismo.

## **BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS**

## Básica

Musicco COMUNICACIÓN GLOBAL ESIC

Felber LA ECONOMÍA DEL BIEN COMÚN DEUSTO

Zanotti ANTROPOLOGÍA FILOSÓFICA CRISTIANA Y ECONOMÍA DE MERCADO UNIÓN EDITORIAL

Ritzer MACDONALIZACIÓN DE LA SOCIEDAD POPULAR

López-Quintás LA ÉTICA O ES TRASFIGURACIÓN O NO ES NADA BAC



$C_{\Delta}$	mn	l۵m	enta	ria
-	ш		CILLO	

López-Quintás INTELIGENCIA CREATIVA BAC

López-Quintás EL ENIGMA DE LA BELLEZA DB

Agejas LA RUTA DEL ENCUENTRO BAC

