

GUÍA DOCENTE 2019-2020

DATOS GENERALES DE LA ASIGNATURA

ASIGNATURA:	Dirección Estratégica de Gabinetes de Comunicación y Agencias de Publicidad
PLAN DE ESTUDIOS:	Grado en Comunicación Audiovisual
FACULTAD:	Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades
CARÁCTER DE LA ASIGNATURA:	Optativa
ECTS:	6
CURSO:	Cuarto
SEMESTRE:	Primero
IDIOMA EN QUE SE IMPARTE:	Castellano
PROFESORADO:	José Ángel San Martín Cortines
DIRECCIÓN DE CORREO ELECTRÓNICO:	jose.sanmartin@uneatlantico.es

DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

REQUISITOS PREVIOS:
Al estar esta materia conformada por asignaturas optativas se requiere que el estudiante haya aprovechado los dos primeros cursos del Grado, cuyos contenidos le permitirán acceder más fácilmente a los temas tratados de la presente materia. Sin embargo, no hay requisitos previos especiales para esta materia.
CONTENIDOS:
<ul style="list-style-type: none"> ● Tema 1. Comunicación externa e interna <ul style="list-style-type: none"> 1.1.- Principio Sagrado: Acción Re(d)acción 1.2.- Las dos formas de comunicación: bien y mal y sus porqués ● Tema 2. El gabinete de comunicación <ul style="list-style-type: none"> 2. 1.-Número y tamaño de los gabinetes

2.2.- Denominación: de la prensa a la comunicación

- Tema 3. La dirección de comunicación
 3. 1.- La pasión y la profesionalidad, conceptos fundamentales
 3. 2.- Información y publicidad: matrimonio de conveniencia
- Tema 4. La comunicación no verbal (CNV)
 4. 1.- Proxémica, kinésica y paralingüística
 4. 2.- La complementariedad de los lenguajes verbal y no verbal
- Tema 5. El plan de comunicación
 5. 1.- Un plan para cada contingencia
 5. 2.- El plan frente a la estrategia de comunicación
- Tema 6. Géneros Informativos: la trascendencia del Comunicado
 6. 1.- Un subgénero informativo de obligado dominio
 6. 2.- Su *timing* y sus 14 reglas de oro

COMPETENCIAS

COMPETENCIAS GENERALES:

Que los estudiantes sean capaces de:

- CG3. Capacidad para crear y comunicar mensajes a públicos diversos.
- CG4. Capacidad para aplicar sus conocimientos en propuestas innovadoras.
- CG6. Capacidad para asumir un compromiso ético en la práctica profesional.

COMPETENCIAS PROPIAS DE LA ASIGNATURA:

Que los estudiantes sean capaces de:

- CE07. Desarrollar fundamentos conceptuales y conocimientos prácticos de la dirección estratégica aplicados a la comunicación.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE:

En esta asignatura se espera que los alumnos alcancen los siguientes resultados de aprendizaje:

- Conocimientos sobre gestión de los procesos de comunicación corporativa en una empresa de comunicación.
- Adquirir técnicas para la dirección estratégica en comunicación.
- Desarrollar habilidades para la dirección de Gabinetes de Comunicación y Agencias de publicidad

METODOLOGÍAS DOCENTES Y ACTIVIDADES FORMATIVAS

METODOLOGÍAS DOCENTES:

En esta asignatura se ponen en práctica diferentes metodologías docentes con el objetivo de que los alumnos puedan obtener los resultados de aprendizaje definidos anteriormente:

- Método expositivo.
- Estudio y análisis de casos.
- Resolución de ejercicios.
- Aprendizaje basado en problemas.
- Aprendizaje cooperativo / Trabajo en grupos.
- Trabajo autónomo.

ACTIVIDADES FORMATIVAS:

A partir de las metodologías docentes especificadas anteriormente, en esta asignatura, el alumno participará en las siguientes actividades formativas:

Actividades formativas	
Actividades dirigidas	Clases expositivas
	Clases prácticas
	Seminarios y talleres
Actividades supervisadas	Tutorías (individual / en grupo)
Actividades autónomas	Preparación de clases
	Estudio personal y lecturas
	Elaboración de trabajos
	Trabajo en campus virtual

El primer día de clase, el profesor proporcionará información más detallada al respecto.

SISTEMA DE EVALUACIÓN

CONVOCATORIA ORDINARIA:

En la convocatoria ordinaria de esta asignatura se aplican los siguientes instrumentos de evaluación:

Actividades de evaluación		Ponderación
Evaluación continua	Dos actividades de carácter obligatorio	20 %
	Examen parcial	25 %
	Interés y participación del alumno en la asignatura	5 %
Evaluación final	Examen teórico-práctico	50 %

CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA:

La convocatoria extraordinaria tendrá lugar durante el mes de julio (consúltese el calendario académico fijado por la universidad). Esta consistirá en la realización de un examen teórico-práctico con un valor del 50 % de la nota final de la asignatura. El resto de la nota se complementará con la calificación obtenida en la evaluación continua de la convocatoria ordinaria.

BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS DE REFERENCIA GENERALES

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:

Las siguientes referencias son de consulta obligatoria:

- Almansa, A. (2012). *Del Gabinete de Prensa al Gabinete de Comunicación*. Málaga: Editorial Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
- Castro, B. (2007). *El auge de la comunicación corporativa*. Sevilla: Creative Commons.
- Del Río, M. et al. (2001). *Gabinetes de Prensa. La comunicación en las instituciones y en las empresas*. Santander: Miguel Del Río Editor.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA:

Las siguientes referencias no se consideran de consulta obligatoria, pero su lectura es muy recomendable para aquellos estudiantes que quieran profundizar en los temas que se abordan en la asignatura.

- Davis, F. (1976). *La comunicación no verbal*. Madrid: Alianza Editorial.
- Rodríguez, I. y Hernández, M. (2010). *Lenguaje no verbal. Cómo gestionar una comunicación de éxito*. A Coruña: Editorial Netbiblo.

WEBS DE REFERENCIA:

- www.espaciodircom.com



Universidad
Europea
del Atlántico