

TITULACIÓN: **GRADO EN PERIODISMO****DATOS BÁSICOS DE LA ASIGNATURA**

---

Nombre: **GABINETES DE COMUNICACIÓN**

Curso: TERCERO Semestre: 1º

Tipo:  Formación Básica  Obligatoria  Optativa

Créditos totales(LRU / ECTS): 6 Créditos teóricos: 4 Créditos prácticos: 2

Año del Plan de Estudio: 2010

**DESCRIPTORES**

---

Introducir a los estudiantes en los entresijos de los Gabinetes de Comunicación en todas sus variantes porque suponen una oportunidad laboral real a pesar de las circunstancias económicas actuales. Es más, los Gabinetes son uno de los principales nichos de empleo porque la comunicación se está convirtiendo en una estrategia fundamental de las empresas e instituciones de cualquier ámbito. Capacitar a los futuros profesionales en la comunicación empresarial e institucional, proporcionándoles herramientas y métodos de análisis para poder tomar decisiones en situaciones de estrés y presión, teniendo en cuenta todos los ángulos de la realidad.

**OBJETIVOS**

---

Capacitar a los futuros profesionales de la información para el desarrollo de su actividad en el campo creciente de la Comunicación Empresarial e Institucional, proporcionando a los estudiantes los elementos necesarios para el estudio de los Gabinetes de Comunicación, tanto en las relaciones de interacción de dichos elementos, como de éstos con la totalidad y de ésta con el entorno.

**COMPETENCIAS**

---

Competencias transversales genéricas:

- Saber aplicar los conocimientos básicos de cada módulo o asignatura a su trabajo o vocación de una forma profesional y poseer las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro del mundo de la comunicación y el periodismo.
- Capacidad para reunir e interpretar datos relevantes para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.
- Haber desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.
- Saber utilizar herramientas de búsqueda de recursos documentales y bibliográficos.
- Capacidad de reflexionar sobre la comunicación, no solo como práctica profesional, sino también a propósito de su papel, trascendencia, proyección y consecuencias en los terrenos de lo individual, lo social, cultural y político.

- Conciencia del papel que los medios y los profesionales de la comunicación han desempeñado en la defensa de la libertad de expresión a lo largo de la historia.
- Capacidad y habilidad para el desempeño de las principales tareas periodísticas, desarrolladas a través de áreas temáticas, aplicando géneros y procedimientos periodísticos.
- Capacidad y habilidad de exponer razonadamente ideas, a partir de los fundamentos de la retórica y de las aportaciones de las nuevas teorías de la argumentación, así como de las técnicas comunicativas aplicadas a la persuasión.
- Capacidad y habilidad en la planificación, aplicación y evaluación de actividades de publicidad y relaciones públicas.
- Capacidad y habilidad para el manejo de fuentes jurídicas (legales, jurisprudenciales y doctrinales) relacionadas con la comunicación.
- Capacidad para utilizar los principios y valores constitucionales como herramienta de trabajo en el desempeño de actividades comunicativas.
- Capacidad y habilidad para diseñar nuevos modelos estratégicos de comunicación visual y su implementación en los medios de comunicación impresos y digitales.
- Capacidad para aplicar la ética y deontología profesional en el tratamiento visual de la información periodística, en concreto a través del uso de la imagen fotográfica, la ilustración, la infografía, el vídeo, el sonido, y la publicidad, así como para documentar, comprobar y completar la información.
- Capacidad para la creación y dirección de estructuras profesionales de comunicación social al servicio de la gestión del conocimiento en el ámbito organizacional.

#### Competencias específicas:

- Capacidad de reflexionar sobre la comunicación, no solo como práctica profesional, sino también a propósito de su papel, trascendencia, proyección y consecuencias en los terrenos de lo individual, lo social, cultural y político.
- Conciencia del papel que los medios y los profesionales de la comunicación han desempeñado en la defensa de la libertad de expresión a lo largo de la historia.
- Capacidad y habilidad para el desempeño de las principales tareas periodísticas, desarrolladas a través de áreas temáticas, aplicando géneros y procedimientos periodísticos.
- Capacidad y habilidad de exponer razonadamente ideas, a partir de los fundamentos de la retórica y de las aportaciones de las nuevas teorías de la argumentación, así como de las técnicas comunicativas aplicadas a la persuasión
- Capacidad para utilizar los principios y valores constitucionales como herramienta de trabajo en el desempeño de actividades comunicativas
- Capacidad para la creación y dirección de estructuras profesionales de comunicación social al servicio de la gestión del conocimiento en el ámbito organizacional

#### **METODOLOGÍA Y TÉCNICAS DOCENTES**

---

##### Actividades formativas presenciales:

1. Sesiones presenciales teóricas, prácticas o teórico-prácticas. Peso de la actividad 50-100%.
2. Sesiones presenciales de debate u otras actividades participativas. Peso de la actividad 0-50%.
3. Intervención de invitados expertos en las materias tratadas en la asignatura. Peso de la actividad 0-10%.

##### Actividades formativas no presenciales:

4. Realización de trabajos y/o prácticas individuales o en grupo. Peso de la actividad 0-100%.
5. Otras actividades no presenciales. Peso de la actividad 0-50%.

## **TEMARIO**

---

Tema 1.- Introducción: el poder de la imagen

Tema 2.- El nuevo modelo de empresa

Tema 3.- La imagen de empresa

Tema 4.- El contexto vital de los Gabinetes de Comunicación: las Relaciones Públicas.

Tema 5.- Origen, concepto y tipología de Gabinetes de Comunicación.

Tema 6.- Instrumentos informativos: comunicaciones orales.

Tema 7.- Instrumentos informativos: comunicaciones escritas.

Tema 8.- Instrumentos demostrativos.

Tema 9.- Instrumentos de opinión.

Tema 10.- Los Medios de Comunicación: instrumentos y campo de acción

Tema 11.- El Gabinete de prensa.

Tema 12.- Gabinetes de comunicación on line: información corporativa en la red

## **TÉCNICAS DE EVALUACIÓN**

---

Las calificaciones finales de valoración de adquisición de las competencias mínimas para superar este módulo serán consideradas de la siguiente manera:

-Método A. Podrán acogerse a este método de evaluación continua aquellos alumnos que asistan al 75% del total de horas lectivas de la asignatura. La asistencia por debajo de ese porcentaje supondrá la pérdida del derecho de evaluación por este método. Los alumnos tendrán un 80% de la nota con los trabajos y tareas de clase que se irán explicando progresivamente. Se valorará no sólo su realización sino también su defensa en público delante de los demás compañeros. El 10% restante corresponderá a las actividades fuera del aula y a la participación en actividades con invitados de fuera de la universidad. Estos alumnos podrán, además, realizar un trabajo voluntario acordado con el profesor para subir nota. Si no hubiesen alcanzado el aprobado con estas actividades podrán realizar un examen final sólo con la teoría de la asignatura, no siendo necesaria la práctica.

-Método B. Los alumnos que opten por no acudir a clase tendrán que realizar un examen de todos los contenidos de la asignatura al final del cuatrimestre. Esta prueba tendrá una parte teórica y otra práctica que deberán superar. Además, deberán entregar antes de la fecha de ese examen, un trabajo que constará de la realización de un Plan de Comunicación para una empresa o institución de su libre elección, si bien deberán consultarlo antes con el profesor que dará el visto bueno al tema elegido.