



PROYECTO DOCENTE

Estrategias de la Comunicación

Grupo de Clases Teóricas-Prácticas Estrategias de la Comunicación

CURSO 2020-21

Datos básicos de la asignatura	
Titulación:	Máster Universitario en Comunicación y Cultura
Año plan de estudio:	2009
Curso implantación:	2017-18
Centro responsable:	Facultad de Comunicación
Nombre asignatura:	Estrategias de la Comunicación
Código asignatura:	50360005
Tipología:	OPTATIVA
Curso:	1
Periodo impartición:	Anual
Créditos ECTS:	4
Horas totales:	100
Área/s:	Periodismo
Departamento/s:	Periodismo II

Coordinador de la asignatura
REIG GARCIA RAMON

Profesorado
Profesorado del grupo principal: ROJAS TORRIJOS JOSE LUIS

Objetivos y competencias
OBJETIVOS: Familiarizarse con las definiciones, sistemas y métodos de trabajo de la Estrategia como rama del conocimiento de aplicación en el ámbito de la Comunicación. Generar la capacidad de análisis estratégico de situaciones en las que la Comunicación juega un papel relevante y conocer ciertas aplicaciones prácticas y estudios de casos. COMPETENCIAS:



PROYECTO DOCENTE

Estrategias de la Comunicación

Grupo de Clases Teóricas-Prácticas Estrategias de la Comunicación

CURSO 2020-21

Competencias específicas:

E02: Que el estudiante sea capaz de justificar, planificar y estructurar metodológicamente una investigación científica aplicada a problemas presentes, pasados o futuros de la comunicación social.

E03: Que el estudiante sea capaz de comprender la estructura de las relaciones funcionales y dialécticas entre el subsistema info-comunicativo y el sistema social.

E05: Que el estudiante conozca las principales teorías y elementos mediadores de la comunicación y la política en procesos democráticos.

E06: Que el estudiante sea capaz de introducir elementos conceptuales y metodológicos de análisis de la mediación social en procesos de cambio político.

E10: Que el estudiante conozca los principales recursos documentales (impresos, audiovisuales, digitales, en línea, etc.) aplicables a la investigación en comunicación y desarrolle una serie concreta de actividades prácticas que lo conduzcan al manejo ágil de éstos.

E11: Que el estudiante conozca las metodologías clásicas de análisis del discurso audiovisual y las nuevas propuestas metodológicas desarrolladas a partir de la fragmentación y triangulación de las anteriores.

E15: Que el estudiante sea capaz de comprender y emplear metodologías complejas para el análisis y la evaluación de los discursos publicitarios y propagandísticos.

E16: Que el estudiante sea capaz de comprender los discursos publicitarios y propagandísticos en tanto que inscritos en un determinado contexto estructural - social y económico ¿ y desarrolle por tanto la capacidad de reflexionar críticamente acerca de su relevancia para el progreso de las sociedades.

E17: Que el estudiante conozca los principios del pensamiento estratégico (de Sun Tzu a Prahalad) y su aplicación al ámbito de la investigación en Comunicación.

E18: Que el estudiante sea capaz de aplicar principios estratégicos a la planificación de la Comunicación.



PROYECTO DOCENTE

Estrategias de la Comunicación

Grupo de Clases Teóricas-Prácticas Estrategias de la Comunicación

CURSO 2020-21

E19: Que el estudiante sea capaz de comprender las corrientes complejas del pensamiento y de aplicar por tanto al análisis de la comunicación un enfoque estructural.

E22: Que el estudiante conozca las herramientas conceptuales y metodológicas más importantes para el análisis y la interpretación de los discursos artísticos considerados en tanto que procesos de comunicación.

E26: Que el alumno sea capaz de contribuir, a partir de su conocimiento en materia artística, a la elaboración de un estado de opinión crítico, en el marco de las sociedades contemporáneas.

Competencias genéricas:

COMPETENCIAS GENERALES:

G01: Que los estudiantes desarrollen la capacidad de comprender la complejidad inherente a los procesos comunicativos en las sociedades actuales, de manera que identifiquen la necesidad de desarrollar estrategias para la investigación aplicada en comunicación igualmente complejas.

G02: Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y formular juicios a partir de una información limitada e incompleta, desarrollando capacidades para la síntesis, la comprensión en grado de complejidad y la autoformación.

G03: Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (multidisciplinares) relacionados con el área de estudio de la investigación en comunicación.

G05: Que los estudiantes consigan detectar carencias de la investigación acumulada en el campo de la comunicación, mediante la aplicación e integración de los conocimientos adquiridos así como de las habilidades desarrolladas para avanzar y engrosar los estudios existentes en la materia.

G06: Que los estudiantes conozcan fuentes y recursos para la investigación teórica y aplicada en comunicación, y sean asimismo capaces de generar, a partir de las aplicaciones tecnológicas específicas del campo, nuevos recursos documentales que promuevan más investigación en el futuro.

G10: Que los estudiantes sean capaces de identificar e inferir criterios y valores explícitos o implícitos en las nociones teóricas o prácticas aprendidas, de manera que se suscite en ellos la



PROYECTO DOCENTE

Estrategias de la Comunicación

Grupo de Clases Teóricas-Prácticas Estrategias de la Comunicación

CURSO 2020-21

reflexión sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.

G13: Que los estudiantes se reconozcan vinculados con los valores de igualdad, tolerancia, paz y compromiso social fomentados en el Máster, y sean capaces de articular propuestas de investigación aplicada o estrategias de comunicación conducentes a la promoción de estos valores.

G14: Que los estudiantes sepan comunicar las conclusiones de su investigación (y los conocimientos y razones últimas que las sustentan) a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.

G15: Que los estudiantes se sientan motivados para emprender iniciativas empresariales, sociales, culturales, etc.

Contenidos o bloques temáticos

1. Origen y evolución del pensamiento estratégico: conceptos y teorías.
2. Gestión estratégica de la Comunicación. Intangibles y competitividad.
3. El conflicto y la crisis como germen de nuevas estrategias comunicativas.
4. La comunicación institucional como estrategia informativa
5. Estrategias relacionales entre fuente y periodista. El periodismo de fuente como estrategia discursiva.
6. Partidos políticos y estrategias de comunicación. Las campañas electorales.

Relación detallada y ordenación temporal de los contenidos

1. Comunicación, la base del éxito
- Introducción: la importancia de comunicar



PROYECTO DOCENTE

Estrategias de la Comunicación

Grupo de Clases Teóricas-Prácticas Estrategias de la Comunicación

CURSO 2020-21

- Tipos de Gabinetes ? Estructura y organización

- El Plan Global de Comunicación

- 2. Estrategias de comunicación interna

- La comunicación interna

- Herramientas: desde la circular informativa a la newsletter

- Estudios de caso a debate

- El Plan de Comunicación Interna para el funcionamiento de la organización

- 3. Estrategias de comunicación externa

- Cuándo y cómo comunicar

- Herramientas: la convocatoria, la nota de prensa, el comunicado, la preparación de la rueda de prensa e ideas fuerza

- Identificación y uso de herramientas en la gestión de la comunicación en situaciones de crisis

- Redes sociales y nuevas maneras de comunicar



PROYECTO DOCENTE

Estrategias de la Comunicación

Grupo de Clases Teóricas-Prácticas Estrategias de la Comunicación

CURSO 2020-21

- Comunicación e imagen corporativa: el Manual de Estilo y el Manual de Identidad Corporativa

Actividades formativas y horas lectivas

Actividad	Créditos	Horas
B Clases Teórico/ Prácticas	2	20

Metodología de enseñanza-aprendizaje

Clases teóricas

Clases semi-magistrales, la profesora hará un planteamiento inicial de cada uno de los temas y los alumnos contarán por adelantado con material adicional para completarlo, de modo que pueda generarse debate y discusión sobre los distintos aspectos de cada tema.

Exposiciones y seminarios

Durante el desarrollo del curso se visionarán películas, se realizarán talleres de análisis de textos relacionadas con las estrategias realizadas por instituciones o partidos políticos, se producirán charlas de algunos responsables de comunicación de diversos ámbitos,...

Trabajo de investigación

Los alumnos realizarán un trabajo de investigación individual o colectivo en el que analizarán la estrategia de comunicación de una empresa, institución o partido político en periodo electoral, o bien la seguida por algunos de estos elementos en una situación de crisis.

El trabajo deberá tener un marcado cariz analítico y destacar las fortalezas y debilidades de dichos planes hacer como realizar una propuesta de mejora.

Sistemas y criterios de evaluación y calificación

Los alumnos del curso de Estrategias de Comunicación serán evaluados siguiendo varios criterios. Entre ellos la asistencia y participación en clase que servirán para determinar el grado de conocimiento de la bibliografía y del contenido de la misma, así como del material suministrado.

Además realizarán un trabajo de fin de curso, individual o colectivo siguiendo las indicaciones suministradas por la profesora en clase. Este trabajo deberá ser expuesto y se entregará a la profesora una memoria en papel.



PROYECTO DOCENTE

Estrategias de la Comunicación

Grupo de Clases Teóricas-Prácticas Estrategias de la Comunicación

CURSO 2020-21

Aquellas iniciativas propias del alumnado y que den lugar a un desarrollo en clase de algunos de los epígrafes del programa serán valoradas con hasta dos puntos, pero no eximirán del trabajo de curso.

Criterios de calificación del grupo

En el caso de escenario B (docencia online), las entregas de ejercicios evaluables se harán por correo electrónico en las fechas indicadas por el profesor, mientras que las exposiciones de los trabajos que se requieran, también evaluables, se harán por videoconferencia a través de la herramienta Blackboard Collaborate. Las clases teóricas se impartirán igualmente por videoconferencia, por lo que se tendrá en cuenta la asistencia y la participación a dichas sesiones.

Horarios del grupo del proyecto docente

<https://fcom.us.es/titulos>

Calendario de exámenes

<https://fcom.us.es/titulos>

Tribunales específicos de evaluación y apelación

Presidente: MARIA JOSE RUIZ ACOSTA

Vocal: AURORA MARIA LABIO BERNAL

Secretario: JOSE LUIS ROJAS TORRIJOS

Suplente 1: RAMON REIG GARCIA

Suplente 2: LORENA ROSALÍA ROMERO DOMINGUEZ

Suplente 3: MARIA DEL MAR GARCIA GORDILLO

Bibliografía recomendada

BIBLIOGRAFÍA ESPECÍFICA:

Del gabinete de prensa al gabinete de comunicación.

Autores: ALMANSA, A.

Edición: 2011



PROYECTO DOCENTE

Estrategias de la Comunicación

Grupo de Clases Teóricas-Prácticas Estrategias de la Comunicación

CURSO 2020-21

Publicación: Comunicación Social

ISBN:

Comunicación organizacional interna: proceso, disciplina y técnica. Madrid: Netbiblo

Autores: ANDRADE, H.

Edición: 2015

Publicación: Netbiblo

ISBN:

Periodismo empresarial e institucional

Autores: CEBRIÁN HERREROS, M.

Edición: 2012

Publicación: Comunicación Social

ISBN:

Comunicación de riesgo, comunicación de crisis

Autores: FRANCESCUTTI, P.

Edición: 2008

Publicación: Universidad Rey Juan Carlos

ISBN:

Comunicación estratégica

Autores: GARRIDO, F.J.

Edición: 2000

Publicación: Gestión 2000

ISBN:

Marketing preventivo: la comunicación de crisis en la empresa

Autores: GONZÁLEZ HERRERO, A.

Edición: 1998

Publicación: Bosch

ISBN:

Gabinetes de comunicación: funciones, disfunciones e incidencia

Autores: RAMÍREZ, T.

Edición: 1995

Publicación: Bosch



PROYECTO DOCENTE

Estrategias de la Comunicación

Grupo de Clases Teóricas-Prácticas Estrategias de la Comunicación

CURSO 2020-21

ISBN: