



DATOS IDENTIFICATIVOS

Comunicación: Imaxe corporativa

Materia	Comunicación: Imaxe corporativa			
Código	P04G190V01303			
Titulación	Grao en Publicidade e Relacións Públicas			
Descritores	Creditos ECTS 6	Sinale FB	Curso 2º	Cuadrimestre 1C
Lingua de impartición	Castelán			
Departamento	Psicoloxía evolutiva e comunicación			
Coordinador/a	García Machuca, Ricardo Martinez Rodriguez, Beatriz Martí Pellón, Daniel Francisco			
Profesorado	García Machuca, Ricardo Martí Pellón, Daniel Francisco Martinez Rodriguez, Beatriz Rodríguez Nieto, Jose Octavio			
Correo-e	ricardogm@uvigo.es daniel3marti@yahoo.com beatrizmartinez@uvigo.es			
Web	http://pymescomunicacion.lacoctelera.net/			
Descrición xeral	Introducción a dirección de comunicación nas organizacións			

Competencias de titulación

Código				
A12	Competencia ou alfabetización dixital: capacidade e habilidade para utilizar as tecnoloxías e técnicas comunicativas, nos distintos medios ou sistemas mediáticos combinados e interactivos (multimedia) e para a creación en novos soportes			
A15	Capacidade e habilidade para establecer a planificación publicitaria fixando obxectivos, definindo público obxectivo, suscitando estratexias e controlando a súa xestión comunicativa			
A17	Capacidade para exercer como expertos na xestión estratéxica da imaxe corporativa e a reputación dunha organización			
A18	Capacidade e habilidade para responsabilizarse da área de comunicación dunha organización, xerir a responsabilidade social corporativa e as relacións con diferentes públicos, tanto internos como externos, e deseñar o plan de comunicación e de crise			
A19	Destrezas investigadoras: coñecemento das metodoloxías e técnicas de investigación dos axentes e entornos implicados na comunicación			

Competencias de materia

Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe
Capacidade de comprensión de los conceptos básicos sobre comunicación estratéxica de las organizaciónes	A15
Capacidade de interpretación de los conceptos de imagen y reputación corporativa, responsabilidade social corporativa, relaciones con los entornos y políticas de comunicación corporativa	A17
Capacidade de reconocimiento y uso de las diversas tecnoloxías de la comunicación, aplicadas a la comunicación estratéxica de las organizaciónes.	A18
Capacidade para entender, interpretar y aplicar los diferentes lenguajes utilizados en el diseño y creación de identidades corporativa, libros de estilo y manuales de comunicación de las organizaciónes	A12

Contidos	
Tema	
(*)Introducción a la cultura y la identidad de las organizaciones	(*)identidad visualización imagen reputación
(*)Publicos organizacionales	(*)secciones en web corporativa stakeholders principales sala de prensa stakeholders secundarios publicos directos publicos en redes publicos en medios
(*)Comunicación institucional	(*)calendario institucional protocolos plan de crisis
(*)Formas de la comunicación corporativa en los medios de comunicación	(*)estrategias políticas técnicas
(*)Análisis y evaluación de los planes de comunicación	(*)monitorización análisis de tendencias
(*)Comunicación en redes sociales	(*)protocolos de comunicación digital gestión digital de crisis
(*)Estudios e de imagen, interpretación de reputación	(*)analisis de líderes de opinión análisis de discursos corporativos

Planificación			
	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Sesión maxistral	14	14	28
Presentacións/exposicións	12	12	24
Estudo de casos/análises de situacións	14	28	42
Prácticas autónomas a través de TIC	10	25	35
Estudo de casos/análise de situacións	2	3	5
Informes/memorias de prácticas	1	5	6
Probas de tipo test	2	4	6
Probas de resposta longa, de desenvolvemento	1	3	4

*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientador, considerando a heteroxeneidade do alumnado.

Metodoloxía docente	
	Descrición
Sesión maxistral	introducción al capital experiencial y cognoscitivo de gestión y dirección de comunicación
Presentacións/exposicións	sesiones de exposición y solución de cuestiones y problemas sobre contenidos y técnicas
Estudo de casos/análises	discusiones y foros sobre situaciones y casos de comunicación de situacións
Prácticas autónomas a través de TIC	cuaderno de aplicaciones para la gestión y dirección de comunicación

Atención personalizada	
Metodoloxías	Descrición
Prácticas autónomas a través de TIC	dialogo interpersonal en sesiones prácticas y de laboratorio, observación entre colegas
Estudo de casos/análises de situacións	dialogo interpersonal en sesiones prácticas y de laboratorio, observación entre colegas

Avaliación		
	Descrición	Cualificación
Estudo de casos/análise de situacións	resolución de dos casos o situaciones problemáticas en la comunicación organizacional	20

Informes/memorias de prácticas	presentación final del cuaderno de prácticas TIC sobre aplicaciones para la gestión y dirección de comunicación	40
Pruebas de tipo test	se realizarán controles de conocimiento por áreas temáticas	20
Pruebas de resposta longa, de desenvolvemento	pruebas continuas que concluyen en la prueba final de aprendizaje	20

Outros comentarios sobre a Avaliación

Bibliografía. Fontes de información

Aced, Cristina, **Perfiles profesionales 2.0**, 2010,

Celaya, Javier, **La empresa en la web 2.0**, 2008,

Morales Martínez, Maribel, **Analítica web para empresas**, 2010,

Palencia Lefler, Manuel, **90 técnicas de relaciones públicas**, 2008,

Sánchez Herrera, J y Pintado Blanco, T (coords), **imagen Corporativa, influencia en la gestión empresarial**, 2009,

La recomendación de citas seleccionadas en este microblog

La actualización de fuentes en línea en el blog de la asignatura

bibliografía recomendada por el profesor en la página web de la biblioteca

Recomendacións

Materias que continúan o temario

Estratexias da Comunicación Publicitaria/P04G190V01402

Estruturas e Actividade da Axencia Publicitaria/P04G190V01403

Materias que se recomenda cursar simultaneamente

Elaboración da Mensaxe Publicitaria/P04G190V01401

Empresa: Fundamentos de mercadotecnia/P04G190V01302

Redacción e Locución Publicitaria/P04G190V01404

Teoría e Práctica da Fotografía Publicitaria/P04G190V01305

Materias que se recomenda ter cursado previamente

Comunicación: Comunicación escrita/P04G190V01201

Comunicación: Teoría e historia da comunicación/P04G190V01104

Comunicación: Teoría e técnica da imaxe/P04G190V01106

Teoría e práctica das relacións públicas/P04G190V01205

Outros comentarios

se completa en otros cursos con:

Técnicas de relaciones públicas

Evaluación de la eficacia publicitaria

Dirección de comunicación

Campañas de imagen y de relaciones públicas

Comunicación de crisis

Relaciones públicas y comunicación solidaria

Comunicación alternativa: medios virtuales y nuevos soportes publicitarios

y aporta a los cursos conclusivos

Trabajo fin de grado

Proyecto práctico profesional

Seminarios de experiencias profesionales