



## DATOS IDENTIFICATIVOS

### Dirección de comunicación

Asignatura	Dirección de comunicación			
Código	P04G190V01701			
Titulación	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	4	1c
Lengua Impartición	Castellano Gallego			
Departamento	Comunicación audiovisual y publicidad			
Coordinador/a	Míguez González, María Isabel			
Profesorado	Míguez González, María Isabel Montero Campos, María Eugenia Vázquez Gestal, Montserrat María			
Correo-e	mabelm@uvigo.es			
Web				
Descripción general	Dirección de comunicación es la última materia obligatoria del módulo de relaciones públicas, comunicación institucional y corporativa que cursará el alumno del grado. En ella se pretende ofrecer una visión de conjunto e integradora de la comunicación en las organizaciones, potenciando las competencias gestoras y estratégicas del alumno.			

## Competencias

Código	
A2	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.
C1	Conocimiento de la evolución histórica de la comunicación publicitaria y de las relaciones públicas, así como de los aspectos industriales, socio-políticos y estéticos que inciden en sus elementos, formas y procesos
C4	Conocimiento teórico y práctico de las estructuras organizativas y de los procesos de la publicidad y de las relaciones públicas
C12	Destrezas analítico-sintéticas: capacidad y habilidad para establecer la estrategia, planificación y procesos propios de la comunicación publicitaria y de las relaciones públicas.
C14	Destrezas directivas y colaborativas: capacidad y habilidad para responsabilizarse del área de comunicación de una organización, afrontando la gestión estratégica de sus intangibles, la responsabilidad social corporativa y las relaciones con diferentes públicos.
D3	Competencias colaborativas: capacidad de adaptación a los objetivos y valores organizacionales y de trabajo en equipo
D4	Competencias directivas: capacidad para gestionar el tiempo, con habilidad para la organización de tareas
D5	Competencias directivas: capacidad de asumir el liderazgo en proyectos, gestionándolos eficientemente y asumiendo compromisos de responsabilidad social
D6	Competencias directivas: preparación para asumir el riesgo en la toma de decisiones

## Resultados de aprendizaje

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje	
Recordar e interpretar la evolución histórica de la comunicación corporativa y los elementos que han incidido en su desarrollo	A2	C1
Describir la estructura y funciones de la dirección de comunicación dentro de las organizaciones, aprendiendo a gestionarla		C4
Comprender Estructura, Organización y Funcionamiento OOPP multinivel: UE, Administración General Estado, CCAA, Junta y Ayuntamientos		
Identificar, analizar y desarrollar los activos intangibles de la organización		C14

Analizar y orientar las relaciones con diferentes públicos de la organización	C14	
Identificar y contrastar las tendencias en dirección de comunicación en el ámbito local/regional, nacional e internacional	C1 C4	
Aplicar las metodologías necesarias para el análisis, auditoría y evaluación de la actividad de la dirección de comunicación	C12 C14	
Fijar los objetivos de comunicación de una organización, adaptando los recursos y estrategias comunicativas a los objetivos organizacionales.	C12	D3
Diseñar, presentar y aplicar el plan de comunicación de una organización	A2	C12
Organizar de forma eficaz las tareas individuales y grupales, gestionando adecuadamente el tiempo propio y el de otras personas		D4
Asumir el liderazgo y el riesgo en la gestión de proyectos y la toma de decisiones.		D5 D6

## Contenidos

Tema	
BLOQUE I: NOCIONES Y CONCEPTOS ELEMENTALES	La evolución de la comunicación en las organizaciones: el nacimiento del Dircom.  Los intangibles y su gestión
BLOQUE II: ESTRUCTURAS	La figura profesional del Dircom  Las funciones del Dircom  Modelo organizativo de la función de comunicación
BLOQUE III: METODOLOGÍAS DE GESTIÓN	La gestión estratégica de la comunicación  La investigación y la evaluación: auditorías y otros modelos  La planificación: manual de gestión comunicativa, plan de comunicación, plan de reputación.  El reporting corporativo: el triple informe.
BLOQUE IV: TENDENCIAS	Tendencias de la comunicación corporativa en Europa  Tendencias de la comunicación corporativa en España  Tendencias de la comunicación corporativa en Galicia

## Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Actividades introductorias	1	0	1
Sesión magistral	24	24	48
Talleres	8	0	8
Trabajos de aula	16	56	72
Pruebas de tipo test	0.5	20	20.5
Observación sistemática	0.5	0	0.5

\*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado

## Metodologías

	Descripción
Actividades introductorias	Actividades encaminadas a tomar contacto y reunir información sobre el alumnado, así como a presentar la materia.
Sesión magistral	Exposición por parte del profesor de los contenidos sobre la materia objeto de estudio, bases teóricas y/o directrices de un trabajo, ejercicio o proyecto a desarrollar por el estudiante.
Talleres	Actividades enfocadas a la adquisición de conocimientos y habilidades sobre una temática concreta, con asistencia específica por parte del profesor a las actividades individuales y/o en grupo que desarrollan los estudiantes.
Trabajos de aula	El estudiante desarrolla un proyecto individual o grupal de tipo práctico bajo las directrices y supervisión del profesor. Implica trabajo en el aula (en las sesiones prácticas), y también el desarrollo de actividades autónomas del estudiante.

## Atención personalizada

Metodologías	Descripción
--------------	-------------

Trabajos de aula Durante las sesiones prácticas en las que se desarrollen los trabajos de aula las docentes harán un seguimiento directo de la evolución del trabajo de cada grupo

<b>Evaluación</b>						
	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje			
Trabajos de aula	Los alumnos deberán entregar en tiempo y forma y presentar en el aula dos trabajos de aula, que se desarrollarán preferentemente de forma grupal, aunque excepcionalmente se admitirán trabajos individuales. Un trabajo tendrá un valor de 1,5 puntos y lo otro tendrá un valor de 3,5 puntos. Para la valoración disteis trabajos no solo se tendrá en cuenta el resultado final, sino también el cumplimiento de los plazos establecidos por los docentes para las entregas parciales de determinados documentos de desarrollo del trabajo.	50	A2	C12	D3	D4 D5
Pruebas de tipo test	Se trata de una prueba para evaluación de las competencias adquiridas, que incluye preguntas cerradas con diferentes alternativas de respuesta (verdadero/falso, elección múltiple, emparejar elementos...). Los alumnos seleccionan una respuesta entre un número limitado de posibilidades. Se valorará el nivel de comprensión de los conceptos esenciales de las materia y el grado de profundidad de los conocimientos del alumno.	35		C1 C4 C14		D6
Observación sistemática	Técnicas destinadas a recopilar datos sobre la participación del alumno, basados en un listado de conductas o criterios operativos que faciliten la obtención de datos cuantificables. La valoración dependerá de la asistencia a las sesiones prácticas y de la participación.	15				D3 D4 D5

### **Otros comentarios sobre la Evaluación**

REQUISITOS PARA SUPERAR La MATERIA

Para superar la materia es necesario cumplir dos requisitos:- Obtener una puntuación mínima de 1,2 en la prueba tipo test.- Sumar una puntuación total mínima de 5.

CONSIDERACIONES RELATIVAS A Los ALUMNOS NO ASISTENTESLa materia Dirección de comunicación está diseñada como una materia presencial en la que la asistencia a las sesiones docentes, especialmente a las prácticas, es fundamental para alcanzar las competencias establecidas en esta guía docente. Por este motivo, un porcentaje importante de la evaluación está vinculada a la asistencia y participación de los alumnos. En caso de que, excepcionalmente y por causas justificadas, el alumno no pueda asistir con asiduidad a las sesiones docentes, deberá contactar con los profesores de la materia en las dos primeras semanas de curso para articular soluciones a su caso particular.

RECUPERACIÓN DE La MATERIA (2ª EDICIÓN)Los alumnos que no se presenten al examen de la primera edición o no superen la materia, tendrán la opción de hacerlo en la edición de recuperación (julio). Los porcentajes establecidos para la evaluación de la materia serán los mismos que los de la primera edición. Por lo tanto, el alumno que desee optar a superar la materia en la edición de julio, además de presentarse a las pruebas, deberá contactar con los profesores para saber qué trabajos deberá desarrollar en correspondencia con los trabajos de aula y con la puntuación relativa a la asistencia y participación.Si el alumno no supera la materia en la segunda edición deberá cursarla nuevamente, adaptándose a la guía docente que esté vigente en el curso en tela de juicio, y, por lo tanto, no conservará ninguna de las calificaciones obtenidas en el presente curso.

### **Fuentes de información**

Burson-Marsteller, **El Dircom del futuro y el futuro del Dircom,**

Castillo, A.; Álvarez, A., **Evaluación en comunicación estratégica,**

Costa, Joan, **El ADN del DirCom : origen, necesidad, expansión y futuro de la Dirección de Comunicación,**

DIRCOM, **MANUAL DE LA COMUNICACIÓN,**

Mundinova, **La comunicación empresarial en Galicia. Gestión corporativa y entorno online,**

Villafañe, Justo, **La buena empresa: propuesta para una teoría de la reputación corporativa,**

Villafañe, Justo, **La gestión profesional de la imagen corporativa,**

Al inicio de cada tema se indicará la bibliografía y documentación específicas que serán necesarias para trabajar los contenidos contemplados en el programa.

### **Recomendaciones**

**Asignaturas que se recomienda cursar simultáneamente**

Campanas de imagen y de relaciones públicas/P04G190V01901  
Comunicación de crisis/P04G190V01904  
Relaciones públicas y comunicación solidaria/P04G190V01908  
Relaciones públicas y protocolo/P04G190V01909

---

**Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente**

---

Teoría y práctica de las relaciones públicas/P04G190V01205  
Comunicación: Imagen corporativa/P04G190V01303  
Planificación estratégica de las relaciones públicas/P04G190V01503  
Técnicas de relaciones públicas/P04G190V01604

---