



## 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	Castellano			
Impartición	Gallego			
Departamento	Comunicación audiovisual y publicidad			
Coordinador/a	Míguez González, María Isabel			
Profesorado	Míguez González, María Isabel			
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.			

## Resultados de Formación y Aprendizaje

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 previstos en la materia

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
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

LOS INTANGIBLES Y SU GESTIÓN	El siglo XXI: el siglo de los intangibles. El propósito como núcleo de la identidad corporativa. Cultura corporativa y comunicación interna. La marca y su gestión. La reputación corporativa. La gestión estratégica de la reputación corporativa y los intangibles relacionados.
LA PROFESIÓN DE LA COMUNICACIÓN	La evolución de la comunicación en las organizaciones: el nacimiento del Dircom. La función de la comunicación en la empresa. Perfiles y condiciones laborales en la profesión de la comunicación. El director de comunicación. La gestión estratégica de la comunicación corporativa. Referentes profesionales y tendencias en el ámbito de la comunicación.

## Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Actividades introductorias	1	0	1
Lección magistral	24	50	74
Talleres	6	6	12
Trabajo tutelado	14	20	34
Resolución de problemas	4	10	14
Examen de preguntas objetivas	1	14	15

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

## Metodologías

	Descripción
Actividades introductorias	Actividad encaminada a tomar contacto con el alumnado y presentar la materia. Se recomienda especialmente la asistencia a esta actividad, que tendrá lugar durante la primera hora de docencia, para poder entender correctamente el funcionamiento de la materia.
Lección magistral	Exposición por parte de la docente, con apoyo de presentaciones y materiales bibliográficos, de los contenidos teóricos contemplados en el programa de la materia.
Talleres	Actividades enfocadas a la adquisición de conocimientos procedimentales y habilidades profesionales y directivas, con asesoramiento específico por parte de la docente en las actividades que desarrolla el estudiantado.
Trabajo tutelado	Actividades enfocadas a la elaboración tutelada de un trabajo grupal con asesoramiento específico por parte de la docente durante las sesiones prácticas dedicadas a su ejecución.
Resolución de problemas	Actividad en la que se formulan problemas y/o ejercicios relacionados con la materia para resolver por el alumnado de forma grupal con el asesoramiento de la docente en las sesiones prácticas dedicadas a tal efecto.

## Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Lección magistral	El alumnado podrá acceder a la atención personalizada para resolver dudas concertando una tutoría a través de la secretaría virtual. Moovi será el canal prioritario de comunicación de la docente con el alumnado, aunque este podrá también contactar con la docente a través del correo electrónico mabelm@uvigo.gal
Pruebas	Descripción
Examen de preguntas objetivas	El alumnado podrá acceder a la atención personalizada para resolver dudas concertando una tutoría a través de la secretaría virtual. Moovi será el canal prioritario de comunicación de la docente con el alumnado, aunque este podrá también contactar con la docente a través del correo electrónico mabelm@uvigo.gal

## Evaluación

Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje
Talleres	18	A2 C14 D4 D5
Trabajo tutelado	34	C12 D3 C14 D5 D6
Resolución de problemas	12	A2 C12 C14
Examen de preguntas objetivas	36	C1 D6 C4 C14

### Otros comentarios sobre la Evaluación

#### EVALUACIÓN CONTINUA:

Para superar la materia en la modalidad de evaluación continua será necesario obtener una puntuación total mínima de 5 puntos entre las cuatro actividades evaluables.

El alumnado que no supere la materia en la primera edición, tendrá la opción de hacerlo en la edición de recuperación (julio), volviendo a entregar aquellas tareas no entregadas a lo largo del cuatrimestre o en las que no había obtenido una cualificación satisfactoria. También podrá repetir el examen tipo test, con la finalidad de alcanzar entre todos los elementos evaluables a puntuación mínima exigida (5 puntos). En caso de que no se presente alguna tarea o no se repita el examen tipo test, se entenderá que el alumno/a desea conservar la cualificación obtenida en la primera edición para @dito elemento evaluable.

El alumnado que no supere la materia en la segunda edición deberá cursarla nuevamente, adaptándose a la guía docente que esté vigente en el curso en cuestión, y, por lo tanto, no conservará ninguna de las cualificaciones obtenidas en el presente curso.

#### EVALUACIÓN GLOBAL:

El alumnado que opte por el procedimiento de evaluación global contará con dos elementos de evaluación:

1. Prueba tipo test sobre los contenidos teóricos de la materia en la fecha oficial del examen de la materia. Valoración máxima: 3,6 puntos.
2. Prueba de tipo práctico en la fecha oficial del examen. Valoración máxima: 6,4 puntos.

Para superar la materia será necesario:

- Obtener una puntuación mínima de 1 punto en la prueba tipo test.
- Obtener una puntuación mínima de 3 puntos en la prueba práctica.
- Obtener una puntuación total mínima de 5 puntos.

El alumnado que no supere la materia en la primera edición, tendrá la opción de hacerlo en la edición de recuperación (julio). El alumnado que lo desee podrá conservar la cualificación obtenida en la primera edición en la prueba tipo test o en la prueba práctica, siempre y cuando sea igual o superior al mínimo establecido. Igualmente, deberá cumplir el requisito de sumar una puntuación mínima de 5 puntos para superar la materia.

El alumnado que no supere la materia en la segunda edición deberá cursarla nuevamente, adaptándose a la guía docente que esté vigente en el curso en cuestión, y, por lo tanto, no conservará ninguna de las cualificaciones obtenidas en el presente curso.

---

## Fuentes de información

---

### Bibliografía Básica

---

### Bibliografía Complementaria

---

Aced, C., Arocas, M. & Miquel, S., **Manual de comunicación interna**, DIRCOM, 2021

---

Capriotti, Paul, **Branding corporativo: fundamentos para la gestión estratégica de la identidad corporativa**, Colección Libros de la Empresa, 2009

---

Capriotti, Paul, **Dircom Map: Dirección Estratégica de Comunicación**, Bidireccional, 2021

---

Corporate Excellence Center for Reputation Leadership & Canvas, **Approaching the future 2022. Tendencias en reputación y gestión de intangibles**, 2022

---

Costa, Joan, **El ADN del DirCom : origen, necesidad, expansión y futuro de la Dirección de Comunicación**, Costa Punto Com, 2011

---

Dircom, **El estado de la comunicación en España 21-22**, Asociación de Directivos de Comunicación (Dircom), 2022

---

Dircom, **Manual de la comunicación**, Asociación de Directivos de Comunicación (Dircom), 2013

---

Global Alliance for Public Relations and Communication Management & Corporate Excellence Center, **The Global PR and Communication Model 2021**, 2021

---

Gregory, A.; Willis, P., **Liderazgo estratégico y gestión de la comunicación**, EUNSA, 2019

---

Míguez, María Isabel, **Algunas cuestiones terminológicas en torno a la comunicación corporativa, en Historia de la comunicación corporativa en Cataluña**, UOC, 2015

---

The RepTrack Company, **The ultimate reputation guide**, 2022

---

V&A, **Gestión de la reputación y los intangibles empresariales. Informe integrado de metodologías V&A**, 2018

---

Villafañe, Justo, **La buena empresa: propuesta para una teoría de la reputación corporativa**, Pearson, 2013

---

Zerfass, A.; Moreno, A.; Tench, R.; Vercic, D.; Buhmann, A., **European Communication Monitor 2022**, EUPRERA / EACD, 2022

---

---

## Recomendaciones

---

### Asignaturas que se recomienda cursar simultáneamente

---

Campañas 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

---