



## DATOS IDENTIFICATIVOS

### Comunicación Periodística

|                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |            |       |              |
|---------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|-------|--------------|
| Asignatura          | Comunicación Periodística                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |            |       |              |
| Código              | V01M094V01203                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |            |       |              |
| Titulación          | Máster Universitario en Lengua y Comunicación en los Negocios                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |            |       |              |
| Descriptores        | Creditos ECTS                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | Seleccione | Curso | Cuatrimestre |
|                     | 3                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | OB         | 1     | 2c           |
| Lengua Impartición  | Castellano                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |            |       |              |
| Departamento        | Dpto. Externo                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |            |       |              |
| Coordinador/a       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |            |       |              |
| Profesorado         | Campos Freire, Francisco                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |            |       |              |
| Correo-e            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |            |       |              |
| Web                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |            |       |              |
| Descripción general | Se trata de una materia profundamente ligada a la elaboración, selección, gestión, presentación y documentación de la información y la comunicación periodística tanto en los medios de comunicación social, en particular, como en las organizaciones general. Se estudia también su estructura, organización, regulación, correulación, autorregulación y Responsabilidad Social. |            |       |              |

## Competencias de titulación

|        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|--------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Código |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| A1     | (*)Poseer conocimientos que aporten una base sólida en técnicas de comunicación. Ser originales y creativos en el desarrollo y creación de ideas en contextos comunicativos tanto de tipo oral como escrito.                                                                                                                                              |
| A2     | (*)Aplicar los conocimientos adquiridos y la capacidad de resolución de problemas en entornos comunicativos nuevos o poco conocidos dentro de contextos multidisciplinares.                                                                                                                                                                               |
| A4     | (*)Saber comunicar las conclusiones y desarrollar síntesis razonadas para públicos especializados y no especializados de un modo claro.                                                                                                                                                                                                                   |
| A5     | (*)Poseer las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de manera autónoma basándose en los conocimientos adquiridos y en el uso de las nuevas tecnologías.                                                                                                                                                                        |
| A7     | (*)Planificar, estructurar y desarrollar ensayos escritos y presentaciones orales formulando hipótesis, utilizando las técnicas apropiadas para transmitir ideas de manera eficaz y válida, siguiendo las convenciones académicas o profesionales que el contexto requiera y empleando evidencias suficientes que corroboren los razonamientos expuestos. |
| A8     | (*)Ser competente para utilizar las nuevas tecnologías como recurso metodológico, de investigación, didáctico y de comunicación.                                                                                                                                                                                                                          |
| A9     | (*)Adquirir los fundamentos teóricos y aplicados que ofrecen la lingüística y las ciencias sociales para la comunicación profesional así como relacionar y describir los distintos contextos profesionales.                                                                                                                                               |
| A10    | (*)Conocer los conceptos lingüísticos y no lingüísticos requeridos para comunicarse con eficacia en un entorno profesional, tanto a nivel oral como escrito.                                                                                                                                                                                              |
| A11    | (*)Manejar con eficacia un amplio abanico de herramientas de comunicación, tanto en el contexto de relaciones interpersonales como en relaciones a través de los nuevos medios de comunicación.                                                                                                                                                           |
| A12    | (*)Integrarse en equipos humanos, interdisciplinares que permitan colaborar y compartir conocimientos en distintas áreas de la comunicación profesional.                                                                                                                                                                                                  |
| B1     | (*)Aprender a desarrollar y optimizar la capacidad para comunicarse de forma oral, escrita y gestual.                                                                                                                                                                                                                                                     |
| B3     | (*)Ser capaz de establecer un plan de mejora personal para optimizar las fortalezas y atenuar las debilidades comunicativas.                                                                                                                                                                                                                              |
| B4     | (*)Reconocer las señales no verbales clave en distintos bloques culturales con el fin de evitar problemas en la comunicación.                                                                                                                                                                                                                             |
| B5     | (*)Concebir, producir y diseñar mensajes comunicativos adecuados al público objetivo al que se dirigen.                                                                                                                                                                                                                                                   |
| B6     | (*)Elaborar las propias posiciones y defenderlas adecuadamente, de palabra y por escrito, en situaciones comunicativas individuales o de debate.                                                                                                                                                                                                          |

|     |                                                                                                                                               |
|-----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| B8  | (*)Optimizar los recursos para aprender a trabajar bajo presión.                                                                              |
| B9  | (*)Saber gestionar de forma autónoma ámbitos concretos del proyecto profesional con el cual se está colaborando.                              |
| B10 | (*)Saber desarrollar por escrito una memoria de trabajo empleando una metodología rigurosa y estableciendo los parámetros críticos adecuados. |
| B11 | (*)Promover un aprendizaje poliédrico que permita hacer frente a los retos de la comunicación en ámbitos tanto públicos como privados.        |
| B12 | (*)Aprender a planificar y organizar las tareas profesionales de acuerdo a los principios de la lógica y del conocimiento.                    |

### Competencias de materia

| Resultados previstos en la materia                                                                                                                                                                                 | Resultados de Formación y Aprendizaje |            |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------|------------|
| Introducción elemental la evolución histórica de la comunicación periodística                                                                                                                                      | A1                                    |            |
| Conocimiento teórico-práctico de la comunicación periodística y de sus procesos y estructuras organizativas.                                                                                                       | A5                                    |            |
| Aproximación al mundo de las empresas de medios de información y organizaciones de comunicación                                                                                                                    | A4<br>A10                             |            |
| Conocimiento de los procesos encaminados a la elaboración de los mensajes periodísticos en los distintos soportes y medios de comunicación, de la generación de la idea a su emplazamiento y posterior evaluación  | A1<br>A5<br>A8                        | B5         |
| Introducción al conocimiento de la estructura de los medios informativos convencionales, no convencionales e interactivos.                                                                                         | A4<br>A12                             |            |
| Enumeración de los procedimientos de análisis y medición de la recepción de la comunicación periodística                                                                                                           | A9<br>A12                             | B11        |
| Introducción a las estrategias y procesos encaminados a la creación y realización de mensajes periodísticos                                                                                                        | A7                                    |            |
| Capacidad y habilidad para dar forma creativa al mensaje informativo. La realización de las piezas periodísticas básicas y supervisión de su producción definitiva.                                                | A8<br>A11                             | B9         |
| Conocimiento del producto periodístico y capacidad para elegir el más adecuado a cada necesidad estratégica.                                                                                                       | A4                                    |            |
| Capacidad y habilidad para establecer la planificación de la comunicación informativa, fijando objetivos, definiendo el público objetivo, planteando estrategias y organizando los procesos                        | A2<br>A7                              | B12        |
| Capacidad y habilidad para utilizar las tecnologías y técnicas comunicativas en los distintos medios o sistemas mediáticos combinados e interactivos (multimedia) y para la creación de nuevos soportes            | A12                                   |            |
| Capacidad y habilidad para el ejercicio de la profesión periodística en sus aspectos creativos                                                                                                                     |                                       | B8         |
| Capacidad para trabajar en equipo.                                                                                                                                                                                 |                                       | B10<br>B12 |
| Capacidad de relacionarse con las personas y con el entorno.                                                                                                                                                       |                                       | B10        |
| Capacidad de análisis, síntesis y juicio crítico                                                                                                                                                                   |                                       | B4         |
| Capacidad de fijar objetivos relacionando causa y efectos                                                                                                                                                          |                                       | B5         |
| Capacidad para gestionar el tiempo, con habilidad para la organización de tareas, tanto del profesional periodístico como de aquél responsable de la inserción en el medio                                         |                                       | B6         |
| Rudimentos conducentes a la futura capacidad del alumno para adaptar sus conocimientos a los objetivos organizacionales de las empresas informativas y de comunicación institucional y corporativa                 |                                       | B9         |
| Capacidad de analizar los elementos de la comunicación y generar conocimientos en esta disciplina                                                                                                                  |                                       | B3         |
| Capacidad para interpretar y analizar el entorno económico, político, socio-cultural, tecnológico y comunicativo, estableciendo relaciones entre las distintas situaciones de mercado y los medios de comunicación |                                       | B1         |

### Contenidos

| Tema                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|----------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Tema 1. El periodismo y la comunicación periodística en la sociedad actual | El periodismo en el ecosistema mediático actual. El periodismo en los negocios y en la economía actual. Los elementos esenciales, componentes, estructura y presentación de la información periodística. Dinámicas de la información generalista y especializada. Las fuentes y los flujos de la información en la sociedad mediática actual. Géneros informativos tradicionales y nuevos. La documentación informativa, características y técnicas: gráfica, audiovisual, digital, publicitaria. Práctica: elaboración de una pieza de actualidad en un género informativo determinado |

|                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Tema 2. Estructura y tipología de los medios de comunicación.                                                                         | Medios de comunicación, de autocomunicación, microcomunicación, blogs, plataformas de comunicación multimedia, redes sociales generalistas y especializadas, multimedios y convergencia digital. La estructura de los medios de prensa, de radio y televisión en Galicia, España, Europa y en el mundo. Conceptos de la economía de la atención, de las audiencias, de la difusión, de la influencia (reputación), de la colaboración y la afiliación. Organización de los medios informativos y de los flujos de comunicación.                                                                                                                                                                                                                          |
| Tema 3. La comunicación en las organizaciones, estrategias y planes de comunicación.                                                  | La comunicación integral y su tipología (imagen e identidad, reputación, responsabilidad social corporativa, marketing, publicidad y relaciones públicas). Estructura, relaciones y tendencias de la comunicación interna y externa en las distintas tipologías de organizaciones. La gestión y organización de la comunicación corporativa e institucional (departamentos de comunicación internos, asesorías externas, gabinetes, herramientas y entornos virtuales) . Las relaciones informativas de la comunicación de las organizaciones con los medios de comunicación. Estrategias y planes de comunicación. Diagnósticos, balances, auditorías y memorias de Comunicación. Práctica: Realizar un diagnóstico de comunicación de una organización |
| Tema 4. La regulación, los códigos éticos y la Responsabilidad Social Corporativa de los medios y las organizaciones de comunicación. | Políticas de comunicación y de regulación europeas relacionadas con la comunicación. Códigos éticos, de autocontrol y autorregulación de la comunicación. La Responsabilidad Social Corporativa: compromiso, implantación, gestión, auditoría y rendición de cuentas. Los criterios y normas del Pacto Mundial, de Global Reporting y de la ISO 26000 sobre RSC. La comunicación de la Responsabilidad Social Corporativa. Práctica: analizar la memoria de RSC de una organización.                                                                                                                                                                                                                                                                     |

## Planificación

|                             | Horas en clase | Horas fuera de clase | Horas totales |
|-----------------------------|----------------|----------------------|---------------|
| Seminarios                  | 5              | 15                   | 20            |
| Trabajos tutelados          | 5              | 15                   | 20            |
| Presentaciones/exposiciones | 5              | 10                   | 15            |
| Sesión magistral            | 5              | 15                   | 20            |

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

## Metodologías

|                             | Descripción                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|-----------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Seminarios                  | Serán sesiones de trabajo en el aula informática o en seminarios pequeños. Sus contenidos harán referencia a: Introducción a algún software de diseño, preferentemente Adobe Illustrator; análisis de trabajos reales, debates sobre temas de actualidad, visitas de profesionales en activo, videos de entrevistas con personajes de la profesión, visitas a estudios o imprentas y otras actividades similares.                       |
| Trabajos tutelados          | La casi totalidad serán de carácter individual, aunque existirá alguno colectivo. Sus contenidos estarán estrechamente vinculados a todos los pasos que sigue el producto publicitario impreso, desde su contratación inicial a su inserción en los distintos medios y soportes.                                                                                                                                                        |
| Presentaciones/exposiciones | Las presentaciones de los trabajos individuales deberán ser de carácter impreso, dada la orientación de la materia. Además, la calidad de la presentación tendrá una importancia similar a sus contenidos. Los trabajos que se realicen colectivamente, de cualquier naturaleza, concluyen con su presentación al resto de la clase. También dichas presentaciones tienen su calificación formal, independientemente de los contenidos. |
| Sesión magistral            | La parte teórica de la materia, se explicará en sesiones de clase magistral, aunque con la participación de los alumnos y apoyo de abundante material sonoro y audiovisual.                                                                                                                                                                                                                                                             |

## Atención personalizada

| Metodologías       | Descripción                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|--------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Seminarios         | La atención personalizada es incuestionable en esta materia, toda vez que la mayor parte de los trabajos son individuales. Se suele aplicar el principio de que no hay suspensos, hay trabajos que rechazaría un cliente de publicidad. En ese sentido, todos disponen de una relación personalizada que facilita las indicaciones pertinentes para mejorar el trabajo y volverlo a presentar. |
| Trabajos tutelados | La atención personalizada es incuestionable en esta materia, toda vez que la mayor parte de los trabajos son individuales. Se suele aplicar el principio de que no hay suspensos, hay trabajos que rechazaría un cliente de publicidad. En ese sentido, todos disponen de una relación personalizada que facilita las indicaciones pertinentes para mejorar el trabajo y volverlo a presentar. |

Presentaciones/exposiciones La atención personalizada es incuestionable en esta materia, toda vez que la mayor parte de los trabajos son individuales. Se suele aplicar el principio de que no hay suspensos, hay trabajos que rechazaría un cliente de publicidad. En ese sentido, todos disponen de una relación personalizada que facilita las indicaciones pertinentes para mejorar el trabajo y volverlo a presentar.

| <b>Evaluación</b>           |                                                                                                                                                                                                                                                        |              |
|-----------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|
|                             | Descripción                                                                                                                                                                                                                                            | Calificación |
| Seminarios                  | Se evaluarán los trabajos realizados en el propio seminario.                                                                                                                                                                                           | 5            |
| Trabajos tutelados          | En esta materia, de orientación eminentemente práctica, soportan el mayor porcentaje de peso en la nota final. Se evalúan todos los trabajos, individuales y colectivos, de manera independiente. Todos han de estar aprobados para poder hacer media. | 60           |
| Presentaciones/exposiciones | Actitud proactiva, cuidado en la preparación, brillantez, claridad, capacidad de síntesis y fuerza persuasiva, son evaluados en este nivel, junto al cumplimiento de los contenidos indicados.                                                         | 5            |
| Sesión magistral            | La evaluación de la parte teórica, contempla un examen tipo test, sobre la materia explicada en clase.                                                                                                                                                 | 30           |

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

#### **Fuentes de información**

Armentia Vizuet, J. y Caminos Marcel, J., **Fundamentos del periodismo impreso**, Ariel,  
 Campos Freire, F, **El nuevo escenario mediático**, Comunicación Social,  
 Campos Freire, F, **Espacio de investigaciones recientes**, <http://gceis.academia.edu/FranciscoCampos>,  
 Caridad Sebastián, M., Hernández Pérez, T., Rodríguez Mateos, D. y Pérez Lorenzo, B., **Documentación audiovisual. Nuevas tendencias en el entorno digital**, Madrid,  
 Díezhandino, M. P., **Periodismo de servicio**, Bosch,  
 Edo, C., **Periodismo informativo e interpretativo: el impacto de Internet ...**, Pedro J. Crespo,  
 López, M., **Las nuevas competencias para la prensa del siglo XXI**, Paidós,  
 López, X., **Movimientos periodísticos**, Salamanca,  
 Pavlik, J., **El periodismo y los nuevos medios de comunicación**, Paidós,  
 Rodrigo Alsina, M, **La construcción de la noticia**, Barcelona,  
 Serra, A. y Ritacco, E., **Curso de periodismo escrito. Los secretos de la profesión desde la teoría universitaria**, Atlántida,  
 Túniz, M, **La gestión de la comunicación en las organizaciones**, Salamanca,

Se facilitará al principio del curso la bibliografía correspondiente de la materia.

#### **Recomendaciones**

##### **Asignaturas que continúan el temario**

Comunicación: Imagen corporativa/P04G190V01303  
 Creatividad publicitaria/P04G190V01304

##### **Asignaturas que se recomienda cursar simultáneamente**

Elaboración del mensaje publicitario/P04G190V01401  
 Producción publicitaria en medios audiovisuales/P04G190V01504

##### **Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente**

Comunicación: Teoría e historia de la comunicación/P04G190V01104  
 Estructuras y actividad de la agencia publicitaria/P04G190V01403