

Titulació	Tipus	Curs
2503868 Comunicació de les Organitzacions	OB	1

Professor/a de contacte

Nom: Mariluz Barbeito Veloso

Correu electrònic: mariluz.barbeito@uab.cat

Equip docent

Marta Ribas Barquet

Idiomes dels grups

Podeu consultar aquesta informació al [final](#) del document.

Prerequisits

Aquesta assignatura no té prerequisits específics. Les classes s'impartiran preferentment en català amb suport visual en castellà.

El contingut de l'assignatura serà sensible als aspectes relacionats amb el respecte als drets fonamentals d'igualtat entre dones i homes, als drets humans i als valors d'una cultura de pau i buscarà promoure el creixement personal i el compromís professional amb un mateix i la comunitat i, tanmateix, com suggereix el Consell de l'Audiovisual de Catalunya, "a mostrar les diferents realitats socials, no permetent la creació de continguts que puguin fomentar o justificar l'homofòbia, la bifòbia, la lesbofòbia i la transfòbia, difonent la denúncia dels fets discriminatoris i presentant bones pràctiques en relació amb la igualtat i amb la no-discriminació" (Recomanacions sobre el tractament de les persones LGBTI als mitjans audiovisuals, CAC, 2017).

Objectius

S'aborda el discurs en totes les seves etapes: el naixement d'una idea, la cerca de la informació que permeti fonamentar-la, l'elaboració de l'argument, la selecció i exposició depenent del mitjà i el posterior diàleg amb el receptor.

Els objectius generals s'agrupen en quatre àmbits:

1. Explicar com incrementar de forma selectiva el coneixement sobre una matèria;
2. Ajudar a construir un criteri d'elaboració, enfortint els elements rellevants;

3. Entendre com s'ha d'adaptar el discurs al mitjà seleccionat.
4. Plantejar estratègies per a una bidireccionalitat del discurs constructiu.

Competències

- Actuar amb responsabilitat ètica i amb respecte pels drets i deures fonamentals, la diversitat i els valors democràtics.
- Actuar en l'àmbit de coneixement propi avaluant les desigualtats per raó de sexe/gènere.
- Adaptar la comunicació generada per la pròpia organització al llenguatge dels mitjans de comunicació tradicionals i digitals.
- Cercar, seleccionar i jerarquitzar qualsevol tipus de font i de document útil per a l'elaboració de missatges.
- Concebre, planificar i executar projectes de comunicació sobre l'organització en tot tipus de suports per als públics interns i externs.
- Gestionar el temps de manera adequada i ser capaç de planificar tasques a curt, mitjà i llarg terminis.
- Introduir canvis en els mètodes i els processos de l'àmbit de coneixement per donar respostes innovadores a les necessitats i demandes de la societat.
- Que els estudiants hagin desenvolupat aquelles habilitats d'aprenentatge necessàries per emprendre estudis posteriors amb un alt grau d'autonomia.
- Que els estudiants puguin transmetre informació, idees, problemes i solucions a un públic tant especialitzat com no especialitzat.
- Treballar d'acord amb la deontologia professional.

Resultats d'aprenentatge

1. Comunicar fent un ús no sexista ni discriminatori del llenguatge.
2. Contrastar i verificar la veracitat de les informacions aplicant criteris de valoració.
3. Elaborar documents sonors i audiovisuals per enviar-los als periodistes dels mass-media o per incloure'ls als propis mitjans de l'organització.
4. Elaborar notes de premsa, dossiers, informes i tot tipus de documents per enviar-los als periodistes dels mass-media o per incloure'ls als propis mitjans de l'organització.
5. Identificar situacions que necessiten un canvi o millora.
6. Presentar els treballs de l'assignatura en els terminis previstos i mostrar-ne la planificació individual o grupal aplicada.
7. Proposar nous mètodes o solucions alternatives fonamentades.
8. Proposar projectes i accions que estiguin d'acord amb els principis de responsabilitat ètica i de respecte pels drets humans i els drets fonamentals, la diversitat i els valors democràtics.
9. Proposar projectes i accions que incorporin la perspectiva de gènere.
10. Realitzar activitats comunicatives escrites, sonores, audiovisuals i digitals.
11. Reconèixer la virtualitat i els límits de la llibertat d'expressió en la producció de documents informatius en i per a qualsevol tipus de suport.
12. Redactar i produir documents sonors i audiovisuals per a qualsevol tipus de suport sobre aquells temes que generin o afectin les organitzacions.
13. Treballar de manera autònoma i, a partir del coneixement adquirit, resoldre problemes i prendre decisions estratègiques.
14. Trobar el que és substancial i rellevant en documents de l'assignatura.
15. Valorar com els estereotips i els rols de gènere incideixen en l'exercici professional.

Continguts

1. L'organització com a ens comunicatiu
2. Subjectes de l'activitat comunicativa organitzacional

3. El discurs comunicatiu i la mediació tecnològica
4. La construcció del discurs de les organitzacions
5. La locució del discurs i l'eficàcia comunicativa
6. Nous àmbits per a la comunicació organitzacional

Activitats formatives i Metodologia

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Tipus: Dirigides			
Sessions d'aula/seminaris	30	1,2	2, 5, 11, 14
Sessions de pràctica de laboratori	66	2,64	2, 3, 6, 10, 11, 12
Tipus: Supervisades			
Tutories	10	0,4	2, 14
Tipus: Autònomes			
Lectures, preparació de pràctiques, preparació de proves i realització de treballs.	186	7,44	2, 3, 6, 10, 11, 12, 13, 14

Encara que es tracta d'una assignatura fonamentalment pràctica, aquesta matèria se sustenta sobre uns continguts teòrics que es desenvoluparan tant en les diferents sessions magistrals programades com en el marc de les classes pràctiques d'anàlisi (seminaris).

Els continguts d'aquesta assignatura es desenvoluparan a través de diferents metodologies docents: Classes magistrals; Aprenentatge col·laboratiu; Elaboració de treballs/informes; Seminaris i Pràctiques de Laboratori.

Les pràctiques seran obligatòries i la seva preparació formarà sempre part del treball autònom que conforma la dedicació a aquesta assignatura.

El calendari amb el contingut de les diferents sessions s'exposarà el dia de presentació de l'assignatura. Al Campus Virtual l'alumnat podrà trobar la descripció detallada dels exercicis i pràctiques, els diferents materials docents i qualsevol informació necessària per a l'adequat seguiment de l'assignatura.

Amb independència de l'explicat fins ara, les i els estudiants podran fer ús de les tutories per a ampliar contingut de l'assignatura o resoldre dubtes.

Nota: es reservaran 15 minuts d'una classe, dins del calendari establert pel centre/titulació, per a la complementació per part de l'alumnat de les enquestes d'avaluació de l'actuació del professorat i d'avaluació de l'assignatura/mòdul.

Avaluació

Activitats d'avaluació continuada

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
-------	-----	-------	------	--------------------------

Assistència i participació activa a classe	10	0,5	0,02	5, 14
Proves Teòriques	30	2,5	0,1	2, 11, 14
Pràctica de Laboratori Individual	25	2	0,08	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15
Pràctiques de Laboratori	35	3	0,12	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15

Aquesta assignatura no preveu el sistema d'avaluació única

En tractar-se d'una assignatura amb avaluació continuada, és obligatòria l'assistència a les sessions pràctiques i als seminaris. Per poder fer les diferents proves avaluatives és obligatori assistir i dur a terme totes les activitats fixades al llarg del curs:

- PROVES TEÒRIQUES: 30% sobre la qualificació final. L'alumnat haurà de superar una prova teòrica en cada semestre. La nota final teòrica serà el resultat de la mitjana de tots dos exàmens.

- PRÀCTIQUES FINALS DE LABORATORI (EN GRUP): 35% sobre la qualificació final. La nota final de les pràctiques de laboratori en grup serà el resultat de la mitjana de les proves elaborades al final de cada semestre.

- PRÀCTICA FINAL DE LABORATORI (INDIVIDUAL): 25% sobre la qualificació final.

-ASSISTÈNCIA I PARTICIPACIÓ ACTIVA ALS SEMINARIS: 10% sobre la qualificació final.

ACTIVITATS DE REAVALUACIÓ:

Les activitats de revaluació es portaran a terme durant la/es setmana/s fixades en el calendari acadèmic. S'hauran de presentar a aquestes activitats les i els estudiants que no hagin arribat a 5 punts a les proves de teoria i/o en la pràctica de laboratori individual. La nota més alta que es podrà assolir a la revaluació serà de 6.

Les pràctiques finals de laboratori (en grup) no seran susceptibles de revaluació (les competències i les habilitats no adquirides al llarg del curs difícilment es poden assolir en un parell de setmanes).

En cas de segona matrícula, l'alumnat podrà fer una única prova de síntesi que consistirà en una prova teoricopràctica. La qualificació de l'assignatura correspondrà a la qualificació de la prova de síntesi.

PLAGI. MOLT IMPORTANT:

L'estudiant que realitzi qualsevol irregularitat (còpia, plagi, suplantació d'identitat...) es qualificarà amb 0 aquest acte d'avaluació. En cas que es produeixin diverses irregularitats, la qualificació final de l'assignatura serà 0.

Bibliografia

Arriscado, Paula; Campos, Rosa Maria; Martínez Solana, Yolanda (2015). "Implicaciones de la asesoría de prensa para la definición del posicionamiento de marca: Implications of the press office for the definition of branding". En: *Revista Mediterránea de Comunicación: Mediterranean Journal of Communication*. Vol. 6, pp.99-107

Barbeito-Veloso, María-Luz; Perona-Páez, Juan-José (2019). "Comunicación organizacional en clave sonora: el caso de *Blink*, los podcasts de *BBVA*". *El profesional de la información*, v. 28, n. 5, e280511. <https://doi.org/10.3145/epi.2019.sep.11>

Barrio, Estrella; Enrique, Ana María; Barbeito, Mariluz; Fajula, Anna (2021): "Sonic identity and branding elements in Spanish radio advertising". *Anàlisi: Quaderns de Comunicació i Cultura*, 65, 103-119. <https://doi.org/10.5565/rev/analisi.3330>

Estrella Barrio-Fraile, María Luz Barbeito-Veloso, Anna Fajula-Payet, Juan José Perona-Páez, Ana María Enrique-Jiménez (2023). "El uso del podcast como herramienta de comunicación de los ODS en el sector bancario español". *Revista Latina de Comunicación Social*, n.81- 97-122

Blanch, Margarita; Lázaro, Patricia (2010). Aula de locución, Ed. Cátedra, Madrid

Camacho, Idoia (2017). Formación de portavoces: cómo conseguir una comunicación efectiva ante los medios y otros públicos. UOC, Barcelona.

Cano Muñoz, Isidro (2005). El don de la palabra: hablar para convencer. Thomsom, Madrid.

Castillo, José María (2016). Televisión, realización y lenguaje audiovisual. Instituto RTVE, Madrid.

Costa, Joan (2012). "El Dircom hoy. Dirección y Gestión de la comunicación en la nueva economía". CPC, Barcelona.

Cuenca-Fontbona, J., Matilla, K., & Compte-Pujol, M. (2020). "Transformación digital de las agencias de Relaciones Públicas y Comunicación españolas". *Profesional De La Información*, 29(3). <https://doi.org/10.3145/epi.2020.may.10>

Cristófol Rodríguez, Carmen (2014). "Del gabinete de prensa al gabinete de comunicación: La dirección de comunicación en la actualidad". *En Anagramas: Rumbos y sentidos de la comunicación*, Vol.13 (25), pp.193-194

Dale Carnegie (2009). Cómo hablar bien en público. Elhasa, Madrid.

Durántez-Stolle, P. (2017). "Interacción y participación en salas de prensa virtuales de las empresas del IBEX 35". *Profesional De La Información*, 26(2), 228-237. <https://doi.org/10.3145/epi.2017.mar.09>

Gutiérrez, María; Perona, Juan José (2002). Teoría y técnica del lenguaje radiofónico, Ed. Bosch, Barcelona.

Huertas, Amparo; Perona, Juan José (1999). Redacción y locución en medios audiovisuales: la radio. Ed. Bosch, Barcelona.

Miquel-Segarra, Susana; Aced, Cristina (2019). "El perfil de los responsables de comunicación interna en España". *Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación*, v. 6, n. 11, pp. 99-118.

Pérez Rufí, José Patricio, Gómez Pérez, Francisco Javier & Navarrete Cardero, José Luis (2014). "El videoclip narrativo en los tiempos de YouTube". *Sphera Publica*, 2, (14), 36-60

Romero-Rodríguez, L. (2020). Manual de gestión de la comunicación corporativa. Madrid: Tecnos.

Sánchez-Amboage, Eva; Toural-Bran, Carlos; Memblela-Pollán, Matías; Crespo-Pereira, Verónica (2022). "Short video content en la estrategia de marca. Análisis del uso de TikTok por el Museo del Prado". *Revista Mediterránea de Comunicación*. 2022, 13(1): 331-344. <https://doi.org/10.14198/MEDCOM.20836>

Villafañe, Justo (2008). "La gestión profesional de la imagen corporativa". Pirámide, Madrid.

Programari

Editor de so Audacity

Llista d'idiomes

Nom	Grup	Idioma	Semestre	Torn
(PLAB) Pràctiques de laboratori	71	Català	anual	tarda
(PLAB) Pràctiques de laboratori	72	Català	anual	tarda
(TE) Teoria	7	Català	anual	tarda

PROVISIONAL