

Titulación	Tipo	Curso
2503868 Comunicación de las Organizaciones	OB	1

## Contacto

Nombre: Mariluz Barbeito Veloso

Correo electrónico: mariluz.barbeito@uab.cat

## Equipo docente

Marta Ribas Barquet

## Idiomas de los grupos

Puede consultar esta información al [final](#) del documento.

## Prerrequisitos

Esta asignatura no tiene prerrequisitos específicos. Las clases se impartirán preferentemente en catalán con soporte visual en castellano.

El contenido de la asignatura será sensible a los aspectos relacionados con el respeto a los derechos fundamentales de igualdad entre mujeres y hombres, a los derechos humanos y a los valores de una cultura de paz y buscará promover el crecimiento personal y el compromiso profesional con uno mismo y con la comunidad y también, como apunta el Consell de l'Audiovisual de Catalunya, "a mostrar las diferentes realidades sociales, no permitiendo la creación de contenidos que puedan fomentar o justificar la homofobia, la bifobia, la lesbofobia y la transfobia, difundiendo la denuncia de los hechos discriminatorios y presentando buenas prácticas en relación con la igualdad y con la no discriminación" (Recomendaciones sobre el tratamiento de las personas LGBTI en los medios audiovisuales, CAC, 2017).

## Objetivos y contextualización

Se pretende abordar el discurso en todas sus etapas: el nacimiento de una idea, la búsqueda de la información que permita fundamentarla, la elaboración del argumento, la selección y exposición dependiendo del medio y el posterior diálogo con el receptor.

Los objetivos generales se agrupan en cuatro ámbitos:

1. Explicar cómo incrementar de forma selectiva el conocimiento sobre una materia;
2. Ayudar a construir un criterio de elaboración, fortaleciendo los elementos relevantes;
3. Entender cómo se debe adaptar el discurso al medio seleccionado y

4. Plantear estrategias para una bidireccionalidad del discurso constructivo.

## Competencias

- Actuar con responsabilidad ética y con respeto por los derechos y deberes fundamentales, la diversidad y los valores democráticos.
- Actuar en el ámbito de conocimiento propio evaluando las desigualdades por razón de sexo/género.
- Adaptar la comunicación generada por la propia organización al lenguaje de los medios de comunicación tradicionales y digitales.
- Buscar, seleccionar y jerarquizar cualquier tipo de fuente y de documento útil para la elaboración de mensajes.
- Concebir, planificar y ejecutar proyectos de comunicación sobre la organización en todo tipo de soportes para los públicos internos y externos de la misma.
- Gestionar el tiempo de forma adecuada y ser capaz de planificar tareas a corto, medio y largo plazos.
- Introducir cambios en los métodos y los procesos del ámbito de conocimiento para dar respuestas innovadoras a las necesidades y demandas de la sociedad.
- Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.
- Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.
- Trabajar de acuerdo con la deontología profesional.

## Resultados de aprendizaje

1. Comunicar haciendo un uso no sexista ni discriminatorio del lenguaje.
2. Contrastar y verificar la veracidad de las informaciones aplicando criterios de valoración.
3. Elaborar documentos sonoros y audiovisuales para ser enviados a los periodistas de los mass-media o para ser incluidos en los propios medios de la organización.
4. Elaborar notas de prensa, dossiers, informes y todo tipo de documentos para ser enviados a los periodistas de los mass-media o para ser incluidos en los propios medios de la organización.
5. Encontrar lo sustancial y relevante en documentos de la asignatura.
6. Identificar situaciones que necesitan un cambio o mejora.
7. Presentar los trabajos de la asignatura en los plazos previstos y mostrando la planificación individual y/o grupal aplicada.
8. Proponer nuevos métodos o soluciones alternativas fundamentadas.
9. Proponer proyectos y acciones que estén de acuerdo con los principios de responsabilidad ética y de respeto por los derechos y deberes fundamentales, la diversidad y los valores democráticos.
10. Proponer proyectos y acciones que incorporen la perspectiva de género.
11. Realizar actividades comunicativas escritas, sonoras, audiovisuales y digitales.
12. Reconocer la virtualidad y los límites de la libertad de expresión al producir documentos informativos en y para cualquier tipo de soporte.
13. Redactar y producir documentos sonoros y audiovisuales para cualquier tipo de soporte, sobre aquellos temas que generen o afecten a las organizaciones.
14. Trabajar de forma autónoma y, a partir del conocimiento adquirido, resolver problemas y tomar decisiones estratégicas.
15. Valorar cómo los estereotipos y los roles de género inciden en el ejercicio profesional.

## Contenido

1. La organización como ente comunicativo
2. Sujetos de la actividad comunicativa organizacional
3. El discurso comunicativo y la mediación tecnológica

4. La construcción del discurso de las organizaciones
5. La locución del discurso y la eficacia comunicativa
6. Nuevos ámbitos para la comunicación organizacional

## Actividades formativas y Metodología

Título	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Tipo: Dirigidas			
Sesiones de aula/seminarios	30	1,2	2, 6, 12, 5
Sesiones de práctica de laboratorio	66	2,64	2, 3, 7, 11, 12, 13
Tipo: Supervisadas			
Tutorías	10	0,4	2, 5
Tipo: Autónomas			
Lecturas, preparación de prácticas, preparación de pruebas y realización de trabajos.	186	7,44	2, 3, 7, 11, 12, 13, 14, 5

Aunque se trata de una asignatura fundamentalmente práctica, esta materia se sustenta sobre unos contenidos teóricos que se desarrollarán tanto en las diferentes sesiones magistrales programadas como en el marco de las clases prácticas de análisis (seminarios).

Los contenidos de esta asignatura se desarrollarán a través de diferentes metodologías docentes: Clases magistrales; Aprendizaje colaborativo; Elaboración de trabajos/informes; Seminarios y Prácticas de Laboratorio.

Todas las prácticas serán obligatorias y su preparación formará siempre parte del trabajo autónomo que conforma la dedicación a esta asignatura.

El calendario con el contenido de las diferentes sesiones se expondrá el día de presentación de la asignatura. En el Campus Virtual el alumnado podrá encontrar la descripción detallada de los ejercicios y prácticas, los diversos materiales docentes y cualquier información necesaria para el adecuado seguimiento de la asignatura.

Con independencia de lo explicado hasta ahora, las y los estudiantes harán uso de las tutorías, las cuales fijará el profesorado a lo largo del semestre.

Nota: se reservarán 15 minutos de una clase dentro del calendario establecido por el centro o por la titulación para que el alumnado rellene las encuestas de evaluación de la actuación del profesorado y de evaluación de la asignatura o módulo.

## Evaluación

### Actividades de evaluación continuada

Título	Peso	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Asistencia y participación activa en clase	10	0,5	0,02	6, 5
Pruebas Teóricas	30	2,5	0,1	2, 12, 5
Práctica de Laboratorio Individual	25	2	0,08	1, 2, 3, 4, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 5, 15
Prácticas de Laboratorio	35	3	0,12	1, 2, 3, 4, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 5, 15

Esta asignatura no prevé el sistema de evaluación única

Al tratarse de una asignatura con evaluación continuada, es obligatoria la asistencia a las sesiones prácticas y a los seminarios. Para poder hacer las diferentes pruebas evaluativas es obligatorio asistir y llevar a cabo todas las actividades fijadas a lo largo del curso:

- PRUEBAS TEÓRICAS: 30% sobre la calificación final. El alumnado tendrá que superar una prueba teórica en cada semestre. La nota final teórica será el resultado de la media de ambos exámenes.

- PRÁCTICAS FINALES DE LABORATORIO (EN GRUPO): 35% sobre la calificación final. La nota final de las prácticas de laboratorio en grupo será el resultado de la media de las pruebas elaboradas al final de cada semestre.

- PRÁCTICA FINAL DE LABORATORIO (INDIVIDUAL): 25% sobre la calificación final.

-ASISTENCIA Y PARTICIPACIÓN ACTIVA EN LOS SEMINARIOS: 10% sobre la calificación final.

#### ACTIVIDADES DE REEVALUACIÓN:

Las actividades de reevaluación se llevarán a cabo durante la/se semana/s fijadas en el calendario académico. Se tendrán que presentar a estas actividades las y los estudiantes que no hayan alcanzado los 5 puntos en las pruebas de teoría y/o en la práctica de laboratorio individual. La nota más alta que se podrá conseguir en la reevaluación será 6.

Las prácticas finales de laboratorio (en grupo) no serán susceptibles de reevaluación (las competencias y las habilidades no adquiridas a lo largo del curso difícilmente se pueden lograr en un par de semanas).

En caso de segunda matrícula, el alumnado podrá hacer una única prueba de síntesis que consistirá en una prueba teórico-práctica. La calificación de la asignatura corresponderá a la calificación de la prueba de síntesis.

#### PLAGIO. MUY IMPORTANTE:

El estudiante que realice cualquier irregularidad (copia, plagio, suplantación de identidad...) se calificará con 0 este acto de evaluación. En caso de que se produzcan varias irregularidades, la calificación final de la asignatura será 0.

## Bibliografía

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.

## Software

### Lista de idiomas

Nombre	Grupo	Idioma	Semestre	Turno
(PLAB) Prácticas de laboratorio	71	Catalán	anual	tarde
(PLAB) Prácticas de laboratorio	72	Catalán	anual	tarde
(TE) Teoría	7	Catalán	anual	tarde

PROVISIONAL