

Titulació	Tipus	Curs
Comunicació de les Organitzacions	OB	1

Professor/a de contacte

Nom: Mariluz Barbeito Veloso

Correu electrònic: mariluz.barbeito@uab.cat

Equip docent

Anna Fajula Payet

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.

Objectius

1. Aprendre a construir el discurs sonor 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 l'exposició depenent del mitjà i el posterior diàleg amb el receptor.
2. Utilitzar les eines teòriques i pràctiques per a l'elaboració de missatges sonors creatius de les organitzacions.
3. Aplicar el so en els plans estratègics corporatius.

Aquests 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.

Resultats d'aprenentatge

1. CM25 (Competència) Construir documents sonors i audiovisuals, per a qualsevol tipus de suport, sobre els temes que generin o afectin les organitzacions, tant en català com en castellà, respectant la diversitat i els valors democràtics.
2. CM25 (Competència) Construir documents sonors i audiovisuals, per a qualsevol tipus de suport, sobre els temes que generin o afectin les organitzacions, tant en català com en castellà, respectant la diversitat i els valors democràtics.
3. CM26 (Competència) Treballar amb càmeres, micròfons, taules de mesclage i programari d'edició i retoc d'imatges i so per construir missatges corporatius creatius i innovadors.
4. CM26 (Competència) Treballar amb càmeres, micròfons, taules de mesclage i programari d'edició i retoc d'imatges i so per construir missatges corporatius creatius i innovadors.
5. CM27 (Competència) Comunicar amb precisió, utilitzant les estratègies de redacció específiques pròpies dels mitjans digitals, continguts informatius de tota mena per a xarxes socials.
6. CM28 (Competència) Desenvolupar la comunicació dels productes, serveis i valors de les organitzacions a través de la fotografia i del disseny, integrant tant les habilitats individuals com els valors del treball en equip en el desenvolupament de qualsevol activitat comunicativa corporativa.
7. CM28 (Competència) Desenvolupar la comunicació dels productes, serveis i valors de les organitzacions a través de la fotografia i del disseny, integrant tant les habilitats individuals com els valors del treball en equip en el desenvolupament de qualsevol activitat comunicativa corporativa.
8. KM24 (Coneixement) Reconèixer les eines teòricopràctiques per a l'elaboració de missatges sonors i audiovisuals de les organitzacions.
9. KM24 (Coneixement) Reconèixer les eines teòricopràctiques per a l'elaboració de missatges sonors i audiovisuals de les organitzacions.
10. KM25 (Coneixement) Descriure els recursos expressius i narratius que intervenen en la producció i realització de qualsevol dels missatges (textuals, fotogràfics, sonors, etc.) generats per les organitzacions.
11. KM25 (Coneixement) Descriure els recursos expressius i narratius que intervenen en la producció i realització de qualsevol dels missatges (textuals, fotogràfics, sonors, etc.) generats per les organitzacions.
12. KM26 (Coneixement) Identificar les eines tecnològiques i de disseny per a la realització i producció de qualsevol activitat comunicativa corporativa.
13. KM26 (Coneixement) Identificar les eines tecnològiques i de disseny per a la realització i producció de qualsevol activitat comunicativa corporativa.
14. SM22 (Habilitat) Planificar projectes de comunicació sonora i audiovisual sobre l'organització en suports de tota mena per als públics interns i externs, tant en català com en castellà, que afavoreixin i potenciïn la seva identitat i imatge corporatives.
15. SM22 (Habilitat) Planificar projectes de comunicació sonora i audiovisual sobre l'organització en suports de tota mena per als públics interns i externs, tant en català com en castellà, que afavoreixin i potenciïn la seva identitat i imatge corporatives.
16. SM22 (Habilitat) Planificar projectes de comunicació sonora i audiovisual sobre l'organització en suports de tota mena per als públics interns i externs, tant en català com en castellà, que afavoreixin i potenciïn la seva identitat i imatge corporatives.
17. SM23 (Habilitat) Aplicar els processos i les tècniques comunicatives propis dels missatges corporatius tant per als diferents públics de les organitzacions com per a les diferents plataformes de difusió.
18. SM23 (Habilitat) Aplicar els processos i les tècniques comunicatives propis dels missatges corporatius tant per als diferents públics de les organitzacions com per a les diferents plataformes de difusió.
19. SM23 (Habilitat) Aplicar els processos i les tècniques comunicatives propis dels missatges corporatius tant per als diferents públics de les organitzacions com per a les diferents plataformes de difusió.
20. SM24 (Habilitat) Utilitzar el disseny visual, la infografia i la fotografia com a eines per elaborar missatges corporatius adequats a les estratègies comunicatives de les organitzacions.
21. SM24 (Habilitat) Utilitzar el disseny visual, la infografia i la fotografia com a eines per elaborar missatges corporatius adequats a les estratègies comunicatives de les organitzacions.

Continguts

1. El so com a eina comunicativa de les organitzacions.
2. El valor creatiu en la construcció del missatge de les organitzacions.
3. El discurs comunicatiu i la mediació tecnològica.
4. La construcció del discurs sonor de les organitzacions.
5. La locució del discurs i l'eficàcia comunicativa.
6. Nous àmbits per a la comunicació organitzacional sonora.

Nota: El contingut de l'assignatura serà sensible als aspectes relacionats amb la perspectiva de gènere i amb l'ús del llenguatge inclusiu.

Activitats formatives i Metodologia

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Tipus: Dirigides			
Sessions d'aula	30	1,2	KM24, KM25
Sessions de pràctica al laboratori	66	2,64	CM25, CM26, KM24, SM22, SM23
Tipus: Supervisades			
Tutories	10	0,4	KM24, KM25, SM23
Tipus: Autònomes			
Lectures, preparació de pràctiques, preparació de proves i realització de treballs.	186	7,44	CM25, KM24, KM25, SM22, SM23

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.

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

Totes les sessions pràctiques seran presencials i obligatòries. La seva preparació formarà sempre part del treball autònom que conforma la dedicació a aquesta assignatura.

El calendari detallat amb el contingut de les diferents sessions s'exposarà el dia de presentació de l'assignatura i estarà també disponible al Campus Virtual de l'assignatura, on l'alumnat podrà trobar els diversos materials docents i tota la informació necessària per l'adequat seguiment de l'assignatura. En cas de canvi de modalitat docent per motius de força major segons les autoritats competents, el professorat informarà dels canvis que es produiran en la programació de l'assignatura i en les metodologies docents.

Les/els estudiants podran fer ús de les tutories, les quals fixarà el professorat al llarg del semestre.

Nota: es reservaran 15 minuts d'una classe, dins del calendari establert pel centre/titulació, perquè els alumnes compleixin les enquestes d'avaluació de l'actuació del professorat i d'avaluació de l'assignatura.

Avaluació

Activitats d'avaluació continuada

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Assistència i participació a les sessions pràctiques	15	1,25	0,05	CM25, KM24, KM25, SM22, SM23
Pràctica final individual	25	1,5	0,06	CM25, CM26, CM27, KM24, KM25, KM26, SM22, SM23
Pràctiques finals de laboratori	30	2,75	0,11	CM25, CM26, CM28, KM24, KM25, SM22, SM23, SM24
Proves teòriques	30	2,5	0,1	CM27, KM24, KM25, KM26

En tractar-se d'una assignatura amb avaluació contínua, és obligatòria l'assistència a les sessions pràctiques i per a aprovar l'assignatura és obligatori realitzar i superar totes les proves fixades.

L'assignatura consta de les activitats següents:

- PROVES TEÒRIQUES: 30% sobre la qualificació final. L'alumnat haurà de superar una prova teòrica en cada semestre. Per a poder calcular la mitjana en aquest apartat, cadascuna de les proves ha de tenir una qualificació mínima de 5 punts.

- PRÀCTIQUES FINALS DE LABORATORI: 30% sobre la qualificació final. Es farà una prova final avaluable al final de cada semestre. Per a poder calcular la mitjana en aquest apartat, cadascuna de les proves ha de tenir una qualificació mínima de 5 punts.

- PRÀCTICA FINAL INDIVIDUAL: 25% sobre la qualificació final.

- ASSISTÈNCIA I PARTICIPACIÓ EN LES SESSIONS PRÀCTIQUES: 15% sobre la qualificació final. L'absència sense justificar per causa greu (malaltia, defunció familiar) penalitzarà en aquest apartat.

Per a aprovar l'assignatura i calcular la nota mitjana ponderada, cadascuna de les parts haurà de ser superada amb un mínim de 5 punts sobre 10.

L'alumnat tindrà dret a la recuperació de l'assignatura si ha estat avaluat del conjunt d'activitats, el pes de les quals sigui d'un mínim de 2/3 parts de la qualificació total de l'assignatura.

Les activitats de reavaluació 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 reavaluació serà de 6.

Les pràctiques finals de laboratori (en grup) no seran susceptibles de reavaluació (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.

Aquesta assignatura no preveu el sistema d'avaluació única.

Segons el punt 9 de l'article 266 de la Normativa Acadèmica de la UAB: quan es consideri que l'estudiant no ha pogut aportar prou evidències d'avaluació s'ha de qualificar aquesta assignatura com a no avaluable. Aquesta assignatura no serà considerada com avaluable si l'alumne no realitza el 80% de les pràctiques programades.

Plagi.

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.

Ús de la Intel·ligència Artificial.

Per a aquesta assignatura, es permet l'ús de tecnologies d'Intel·ligència Artificial (IA) exclusivament en tasques de suport, com la cerca bibliogràfica o d'informació, la creació de peces musicals relacionades amb el contingut de l'assignatura. L'alumnat haurà d'identificar clarament quines parts han estat generades amb aquesta tecnologia, especificar les eines emprades i incloure una reflexió crítica sobre com aquestes han influït en el procés i el resultat final de l'activitat. La no transparència de l'ús de la IA en aquesta activitat avaluable es considerarà falta d'honestat acadèmica i pot comportar una penalització parcial o total en la nota de l'activitat, o sancions majors en casos de gravetat.

Bibliografia

Arriscado, Paula; Campos, Rosa Maria; Martinez 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 Maria; 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.

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

Cosme, Santiago (2017). *Superpoderes creativos: trucos y astucias para crear anuncios*. Advoook.

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

Cuenca-Fontbona, Joan; Matilla, Kathy & Compte-Pujol, Marc (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

De Bono, Edward (2018). El pensamiento lateral: manual de creatividad. Paidós.
urántez-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>

Farran, Eduard (2010). *Des de la trinxera. Manual de supervivència en creativitat publicitària*. UOC.

Gutiérrez, Maria; 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.

Hernández, Caridad (1999). *Manual de creatividad publicitaria*. Síntesis.

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

Pricken, Mario (2002). *Creative advertising: ideas and techniques from the world's best campaigns* / Mario Pricken. Thames & Hudson.

Ricarte; José M. (2016). *Creatividad y comunicación persuasiva*. Ed. Electrónica. Servei de Publicacions UAB.

Ricarte, José M. (2000). *Procesos y técnicas creativas publicitarias. Ideas básicas*. Servei de Publicacions, UAB.

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

Sallés, Eduardo (2024). *Proceso creativo. Una guía para tener tu próxima gran idea*. Grijalbo.

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>

Santana, Eva (2017). *Tapas de publicidad: introducción y fundamentos*. Promopress.

Segarra, Toni (2009). *Desde el otro lado del escaparate*. Espasa Calpe.

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

Young, James W. (1982). *Una técnica para producir ideas*. Eresma.

Programari

Audacity per edició de so.

Grups i idiomes de l'assignatura

La informació proporcionada és provisional fins al 30 de novembre de 2025. A partir d'aquesta data, podreu consultar l'idioma de cada grup a través daquest [enllaç](#). Per accedir a la informació, caldrà introduir el CODI de l'assignatura

Nom	Grup	Idioma	Semestre	Torn
(PLAB) Pràctiques de laboratori	1	Català/Espanyol	anual	tarda

(PLAB) Pràctiques de laboratori	2	Català	anual	tarda
(TE) Teoria	1	Català/Espanyol	anual	tarda