FICHA TÉCNICA DE ASIGNATURA

1. DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

Grado	Comunicación
Asignatura	**Dirección de Comunicación y Proyecto de Publicidad**
Módulo	Módulo VII. Optativas Obligatorias de Mención (Publicidad y Relaciones Públicas)
Área Departamental	Ciencias Sociales y de la Salud
Semestre	Octavo semestre
Créditos totales	6
Curso	4º
Carácter	Formación Optativas
Lengua de impartición	Castellano

Modelo de docencia:	**Tipo A1**
a. Enseñanzas Básicas (EB):	68% (31 horas)
b. Enseñanzas Prácticas y Desarrollo (EPD):	32% (14 horas)
c. Actividades Dirigidas (AD)	

2. COMPETENCIAS

2.1. Competencias Básicas y Generales

No se contemplan para esta asignatura.

2.2. Competencias Transversales

No se contemplan para esta asignatura.

2.3. Competencias Específicas

CEM14 - Capacidad para analizar, planificar y elaborar las estrategias de comunicación de empresas e instituciones, con la finalidad de obtener la percepción deseada ante el público objetivo y de contribuir a la consecución de sus objetivos, así como mejorar su competencia e imagen corporativa por medio de acciones planificadas de responsabilidad social corporativa.
CEM15 - Capacidad para gestionar la comunicación interna y externa, en distintos soportes, de todo tipo de organizaciones, así como para elaborar y ejecutar un plan de prevención y actuación en situaciones de crisis.
CEM16 - Capacidad para analizar la estrategia de Relaciones Públicas de Empresas o Instituciones, identificando los conflictos potenciales o reales, proponiendo una actuación consecuente con el análisis efectuado.
CEM17 - Dominar y aplicar un proceso de planificación global, comercial, estratégico y de marketing, siendo capaz de adaptarlo al entorno y organización en el que se desarrolle.

3. CONTENIDOS

Comunicación, empresa y grupos de interés: definición, interacción y evolución. El manual de identidad corporativa. Proceso de creación de marca. Herramientas de gestión. Departamentos de comunicación: funciones, tipologías. Comunicación interna.
Figura del DIRCOM. La comunicación externa: relaciones con los medios. Herramientas, materiales y tácticas para la gestión comunicativa. El portavoz en la organización. Gestión en los medios de comunicación. Lobbismo y Grupos de Influencia. Plan de comunicación. Fases: investigación, planificación, comunicación y evaluación. Identidad e imagen de empresa. Protocolo Social y Empresarial. Responsabilidad social corporativa. El manual de RSC. Los nuevos valores sociales. La conversión de la empresa en institución. Gestión de situaciones de crisis. Herramientas básicas para la detección y prevención de la crisis. Actuaciones.

4. ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDADES FORMATIVAS	HORAS	PRESENCIALIDAD
Actividades Presenciales (AP): se imparten sobre el grupo completo y comprende la lección magistral del profesor, así como el análisis de supuestos, debates y proyección.	45	30%
Actividades Autónomas (AA): El alumno realizará una serie de trabajos individuales y en grupo en los que se trabajarán los distintos contenidos de la asignatura,	90	0
Actividades de Evaluación (AE): Se realizarán un aserie de pruebas orales y escritos. Además se realizará un examen escrito teórico práctico al final del periodo.	15	0

5. METODOLOGÍAS DOCENTES

METODOLOGÍA

Para la adquisición de conocimientos y evaluación del alumno se realizarán las siguientes acciones:

Clases magistrales/expositivas (AP)
Conferencias (AP)
Realización de presentaciones en clase (AP)
Ejemplificación y estudio de casos (AP)
Prácticas de aula (AP)
Debates (AP)
Exposición de trabajos en grupo (AP)
Ejercicios de simulación (AP)
Tutorías programadas (AA)
Revisión de trabajos y ejercicios prácticos (AA)
Resolución de casos de forma interactiva (AA)
Preparación de trabajos de curso (AA)
Elaboración de proyectos (AA)
Revisión de Proyectos (AA)
Estudio personal (AA)
Realización de actividades prácticas (AA)
Búsqueda de recursos en biblioteca e Internet (AA)
Preparación de presentaciones (AA)
Campus virtual (AA)
Trabajo y permanencia en el centro para realizar las prácticas
Conjunto de pruebas orales, escritas, prácticas, proyectos y trabajos utilizados en la evaluación del progreso de cada estudiante (AE)

6. SISTEMAS DE EVALUACIÓN

La evaluación se hará de forma continua y se valorarán todas las actividades formativas realizadas durante el periodo de impartición de la materia, es decir, conceptos y procedimientos transmitidos a través de las clases magistrales, realización de ejercicios individuales o en equipo.

La valoración de cada tipo de actividad se hará en función de la dedicación definida para cada una de ellas a través de los siguientes porcentajes:

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PORCENTAJES
Prueba objetiva: escrita u oral	**50 %**
Evaluación de trabajos o proyectos, individuales o en grupo	**40 %**
Participación en Enseñanzas Básicas, Enseñanzas de Prácticas y Desarrollo o Actividades Dirigidas	**10%**

7. PROFESORADO

Nombre	
Centro	Centro Universitario San Isidoro
Áreas Departamentales	Ciencias Sociales y de la Salud
E-mail	