

Curso Académico: 2025/26

201897 - Comunicación Corporativa

La guía docente es el documento donde se visualiza la propuesta académica de esta asignatura de la UDC. Este documento es público y no se puede modificar, salvo casos excepcionales bajo la revisión del órgano competente de acuerdo con la normativa vigente que establece el proceso de elaboración de guías.

Información de la Guía Docente

Código asignatura: 201897

Titulación: 10013 - Grado en Comunicación Audiovisual

Tipo: Obligatoria

Curso: 2

Número de ECTS: 6.0

Periodo: Primer cuatrimestre

Idiomas:

Docencia Expositiva: Grupo 101: Castellano

Docencia Interactiva: Grupo 101: Castellano

Grupo 102: Castellano

Grupo 103: Castellano

Acta: Grupo 1: Castellano

Coordinación titulación: Ana María González Neira

Coordinación asignatura: Onésimo Samuel Hernández Gómez

Profesorado: Carmen Costa Sánchez, Onésimo Samuel Hernández Gómez

1. Descripción general

El profesional de la comunicación tiene enormes posibilidades de desarrollo profesional no sólo en los medios de comunicación, sino también en los departamentos de comunicación de las organizaciones (también llamados gabinetes de comunicación).

Las empresas e instituciones necesitan cultivar las relaciones con sus públicos (externos, intermedios e internos) para mejorar su imagen y la gestión de la organización.

En la actualidad, los medios interactivos y audiovisuales tienen cada vez más importancia y es preciso contar con profesionales que dominen todas sus posibilidades expresivas.

Esta materia se imparte en segundo curso de grado una vez que se han alcanzado conocimientos básicos y se comienza a tomar contacto con los grandes campos profesionales de la comunicación: el periodismo, la publicidad, la ficción, los formatos de televisión y el diseño. Mantiene una especial relación con la materia Publicidad Audiovisual por compartir el código comunicativo de la persuasión y con la materia de tercer curso Análisis Audiovisual porque posee un enfoque esencialmente práctico inseparable del efecto social de su mensaje, es decir, la comunicación corporativa pretende obtener un determinado efecto en su audiencia sin el cual carece de sentido.

2. Resultados de formación y aprendizaje (titulaciones RD 822/2021) o competencias (titulaciones RD 1393/2007)

Competencias (titulación RD 1393/2007)

- [A01] Comunicar mensajes audiovisuales.
- [A02] Crear productos audiovisuales.
- [A03] Gestionar proyectos audiovisuales.
- [A07] Conocer las técnicas de creación y producción audiovisual.
- [A08] Conocer la tecnología audiovisual.
- [A09] Conocer los modelos de gestión.
- [A10] Conocer el marco legal y deontológico.
- [A12] Conocer los principales códigos del mensaje audiovisual.
- [B01] Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio
- [B02] Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio
- [B03] Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética
- [B04] Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado
- [B05] Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía
- [B06] Expresarse correctamente tanto de forma oral como escrita en las lenguas oficiales de la comunidad autónoma.
- [B08] Utilizar las herramientas básicas de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) necesarias para el ejercicio de su profesión y para el aprendizaje a lo largo de su vida.
- [B09] Desarrollarse para el ejercicio de una ciudadanía abierta, culta, crítica, comprometida, democrática y solidaria, capaz de analizar la realidad, diagnosticar problemas, formular e implantar soluciones basadas en el conocimiento y orientadas al bien común.
- [C01] Entender la importancia de la cultura emprendedora y conocer los medios al alcance de las personas emprendedoras
- [C02] Valorar críticamente el conocimiento, la tecnología y la información disponible para resolver los problemas con los que deben enfrentarse.
- [C03] Asumir como profesional y ciudadano la importancia del aprendizaje a lo largo de la vida.
- [C04] Valorar la importancia que tiene la investigación, la innovación y el desarrollo tecnológico en el avance socioeconómico y cultural de la sociedad.

2.1. Resultados de aprendizaje (titulaciones RD 1393/2007)

Resultados de aprendizaje	Competencias / Resultados del título		
Conocer la función y planificación estratégica de la comunicación en las organizaciones.	A1 A3 A7 A9 A10 A12	B1 B2 B3 B4 B5 B6 B8 B9	C1 C2 C3 C4
Saber relacionarse con los medios de comunicación mediante las principales técnicas: notas de prensa, ruedas de prensa, dossier, vídeo, audio y soporte interactivo.	A1 A2 A7 A8		
Elaborar mensajes para su difusión corporativa externa e interna	A1		
Diseñar y producir eventos corporativos	A1 A2 A3 A7 A8 A9		

3. Contenidos

Unidad de contenido	Descripción	Resultados de formación y de aprendizaje / competencias	Metodologías docentes y actividades formativas	Sistemas de evaluación
Tema	TEMA 1. LA COMUNICACIÓN CORPORATIVA: 1.1. Introducción. 1.2. Antecedentes históricos de la actividad profesional. 1.3. Definición. Objetivo/s. 1.4. Planificar la comunicación.	A01, A02, A07, A12, B06.	MAG39.	SEG39.
Tema	TEMA 2. IDENTIDAD AUDIOVISUAL Y MULTIMEDIA: 2.1. Introducción. Conceptos. 2.2. Identidad gráfica corporativa. 2.3. Gestión de la comunicación online. El community manager.	A01, A02, A07, A09, A10, A12, C02.	MAG16, MAG39.	SEG16, SEG39.
Tema	TEMA 3. ORGANIZACIÓN DE EVENTOS: 3.1. Objetivos. 3.2. Tipología. 3.3. Etapas. 3.4. La conferencia de prensa.	A01, A02, A07, A08, A09, A12, B04, B09, C02.	MAG16, MAG39.	SEG16, SEG39.
Tema	TEMA 4. PORTAVOCÍA AUDIOVISUAL: 4.1. El portavoz. 4.2. Preparación argumental del portavoz. 4.3. Comunicación No Verbal. 4.4. Intervención en los medios audiovisuales.	A01, A02, A07, A09, B04, B05, B06, B08.	MAG16, MAG39.	SEG16, SEG39.
Tema	TEMA 5. AUDITORIA DE COMUNICACIÓN: 5.1. Introducción. Concepto. 5.2. Objetivos.	A01, A02, A03, A07, A08, A12, B02, B04, B05, B06, B08, C04.	MAG16, MAG39.	SEG16, SEG39.
Tema	TEMA 6. COMUNICACIÓN INTERNA: 6.1. Introducción. 6.2. Fundamentos. 6.3. Situación actual.	A01, A02, A03, A07, A08, A09, A10, A12, B02, B03, B06, B08, B09, C02.	MAG16, MAG39.	SEG16, SEG39.

4. Metodologías docentes y actividades formativas

Modalidad Presencial					
Metodología	Descripción	Horas lectivas presenciales	Horas lectivas virtuales	Horas de trabajo autónomo	Resultados de formación y de aprendizaje / competencias
Atención personalizada [MAG00]	Tutorías individuales, previa cita, en las que se resolverán dudas	2,00	0,00	0,00	B02, B03, B09, C01, C02, C03, C04.
Aprendizaje servicio [MAG04]	Desarrollo de taller aplicado a una organización real.	3,00	0,00	5,00	A01, A02, A03, A12, B02, B04, B06, C02, C03,

Metodología	Descripción	Horas lectivas presenciales	Horas lectivas virtuales	Horas de trabajo autónomo	Resultados de formación y de aprendizaje / competencias
					C04.
Taller [MAG16]	Talleres prácticos en los grupos medianos. La docencia interactiva combinará una metodología presencial/online.	27,00	0,00	29,00	A01, A02, A03, A07, A08, A09, A10.
Sesión magistral [MAG39]	Exposición de teoría y casos aplicados, que se complementarán con lecturas y estudios de caso.	28,00	0,00	56,00	A01, A02, A03, A07, A08, A09, A10, A12, B01, B02, B03, B04, B05, B06, B08, B09, C01, C02, C03, C04.
Suma de horas por tipo		60,00	0,00	90,00	
Horas totales				150,00	

5. Evaluación

Modalidad Presencial			
Sistema de evaluación	Descripción	Ponderación (%)	Resultados de formación y de aprendizaje / competencias
Taller [SEG16]	Se evaluará el resultado, así como el proceso de planificación y elaboración de los trabajos. La metodología de Aprendizaje-servicio está incluida en esta evaluación.	60,00	A01, A02, A03, A07, A08, A09, A10.
Sesión magistral [SEG39]	Los contenidos teóricos y teórico-prácticos serán evaluados por medio de una prueba escrita. Hay que superar asimismo la parte práctica de la materia.	40,00	A01, A02, A03, A07, A08, A09, A10, A12, B01, B02, B03, B04, B05, B06, B08, B09, C01, C02, C03, C04.
Total (%)		100,00	

Todos los aspectos relacionados con dispensa académica, dedicación al estudio, permanencia y fraude académico se registrarán de acuerdo con la [normativa académica](#) vigente en la UDC.

5.1. Primera oportunidad

Se requiere superar tanto la parte práctica como la prueba escrita de la materia. Se requiere asistencia. No se admiten faltas de ortografía ni en trabajos ni en el examen.

La realización fraudulenta de las pruebas o actividades de evaluación, una vez comprobada, implicará directamente la calificación de suspenso en la convocatoria en que se cometa: el/la estudiante será calificado con "suspenso" (nota numérica 0) en la convocatoria correspondiente del curso académico, tanto si la comisión de la falta se produce en la primera oportunidad como en la segunda. Para esto, se procederá a modificar su calificación en el acta de primera oportunidad, si fuese necesario.

5.2. Segunda oportunidad

Los criterios de la primera convocatoria se mantienen para la convocatoria de julio.

Los estudiantes que no completaron el proceso de evaluación continua y/o que no se presenten al examen de la convocatoria oficial podrán optar a la segunda oportunidad establecida por el calendario de exámenes. En esta convocatoria la profesora fijará un nuevo plazo de entrega de trabajos prácticos.

La realización fraudulenta de las pruebas o actividades de evaluación, una vez comprobada, implicará directamente la calificación de suspenso en la convocatoria en que se cometa: el/la estudiante será calificado con "suspenso" (nota numérica 0) en la convocatoria correspondiente del curso académico, tanto si la comisión de la falta se produce en la primera oportunidad como en la segunda. Para esto, se procederá a modificar su calificación en el acta de primera oportunidad, si fuese necesario.

5.3. Oportunidad adelantada

Los criterios de la oportunidad adelantada son los mismos que en las convocatorias anteriores.

La realización fraudulenta de las pruebas o actividades de evaluación, una vez comprobada, implicará directamente la calificación de suspenso en la convocatoria en que se cometa: el/la estudiante será calificado con "suspenso" (nota numérica 0) en la convocatoria correspondiente del curso académico, tanto si la comisión de la falta se produce en la primera oportunidad como en la segunda. Para esto, se procederá a modificar su calificación en el acta de primera oportunidad, si fuese necesario.

5.4. Dispensa académica

Para el alumnado con reconocimiento de dedicación parcial y dispensa académica de exención de asistencia, los criterios, actividades y el peso que tendrán en la evaluación serán el mismo para las dos oportunidades.

La realización fraudulenta de las pruebas o actividades de evaluación, una vez comprobada, implicará directamente la calificación de suspenso en la convocatoria en que se cometa: el/la estudiante será calificado con "suspenso" (nota numérica 0) en la convocatoria correspondiente del curso académico, tanto si la comisión de la falta se produce en la primera oportunidad como en la segunda. Para esto, se procederá a modificar su calificación en el acta de primera oportunidad, si fuese necesario.

6. Bibliografía recomendada

Bibliografía Básica

- Carrillo Boutureira, Francisco, author., Costa Sanchez, Carmen, editor.; Tunez, M., editor. (2014). Comunicación corporativa : claves y escenarios. Editorial UOC. Libro. [\[URL\]](#)
- Cornelissen, Joep. (2011). Corporate communication : a guide to theory and practice. SAGE Publications, 3rd ed.. Libro. [\[URL\]](#)
- Dotras, Alberto (2016). Social media herramientas y estrategias empresariales. Ra-Ma. Libro. [\[URL\]](#)
- García Simón, Elvira., Estanyol Casals, Elisenda.; Lalueza Bosch, Ferran. (2016). ¿Cómo Elaborar un Plan de Comunicación Corporativa?. Editorial UOC, 1st ed.. Libro. [\[URL\]](#)
- Grunig, James E., Xifra, Jordi., ed.lit.; Hunt, Todd. (2000). Dirección de relaciones públicas. Gestión 2000. Libro. [\[URL\]](#)
- Losada Díaz, José Carlos., coord. (2004). Gestión de la comunicación en las organizaciones comunicación interna, corporativa y de marketing. Ariel. Libro. [\[URL\]](#)
- Sanjuán, Antonio, 1964-; González Neira, Ana, 1975-; Costa Sánchez, Carmen; Martínez, Sandra (Martínez Costa); Quintas Froufe, Natalia; Piñeiro Otero, Teresa; García Torre, Manuel; Díaz González, María Jesús (2018). Comunicación corporativa audiovisual y online innovación y tendencias. UOC. Libro. [\[URL\]](#)
- Túniz, Miguel, 1962- (2012). La gestión de la comunicación en las organizaciones. Comunicación Social. Libro. [\[URL\]](#)
- Xifra Triadú, Jordi. (2014). Manual de relaciones públicas e institucionales. Tecnos, 2ª ed. rev. y amp.. Libro. [\[URL\]](#)

Bibliografía Complementaria

- Aced, Cristina. (2013). Relaciones públicas 2.0 : cómo gestionar la comunicación corporativa en el entorno digital. UOC. Libro. [\[URL\]](#)
- Camacho Markina, Idoia. (2017). Formación de portavoces cómo conseguir una comunicación efectiva ante los medios y otros públicos. Universitat Oberta de Catalunya. Libro. [\[URL\]](#)
- García Orosa, Berta. (2005). Altavoces de la actualidad radiografía de los gabinetes de comunicación. Netbiblo. Libro. [\[URL\]](#)
- Jiménez Morales, Mònika., Panizo Alonso, Julio M. (2017). Eventos y protocolo : la gestión estratégica de actos corporativos e institucionales. Editorial UOC. Libro. [\[URL\]](#)
- Sanjuán, Antonio, 1964- (2002). Esto rompe casos de productos en apuros y gestión de crisis. Netbiblo. Libro. [\[URL\]](#)