

1. FICHA TÉCNICA

CURSO ACADÉMICO: 2017-2018

ASIGNATURA: Comunicación Institucional e Imagen Pública

PROFESOR(ES): D. Cayetano González Hermosilla

CURSO: 4

TPO: OB

CÓDIGO: 019803695

CRÉDITOS ECTS: 6,0

PLAN DE ESTUDIOS: 2017

UNIVERSIDAD: CES Villanueva

FACULTAD O ESCUELA: Área de Comunicación

TITULACIÓN: Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

ÁREA DE CONOCIMIENTO: -

ÚLTIMA REVISIÓN: 03/11/2017 14:00:19

2. DATOS GENERALES

OBJETIVOS GENERALES

Teóricos

*Conocer y explicar los conceptos básicos que alguien que se va a dedicar a la comunicación institucional debe dominar: libertad de expresión, derecho a la información, opinión pública, respeto a la verdad, transparencia, pluralismo, derecho a la intimidad, al honor.

*Explicar los mecanismos, los instrumentos para llevar a cabo una buena comunicación institucional, haciendo especial hincapié en cómo debe ser la relación con quienes van a ser los transmisores del mensaje a la sociedad: los medios de comunicación y los profesionales que trabajan en estos.

*Subrayar la importancia de la figura del Portavoz, del Director de Comunicación y/o del Jefe de Prensa en el organigrama de una Institución Pública.

*Analizar la organización institucional del Estado plasmada en la Constitución: Administración Central, Autonómica y Local.

*La comunicación en situaciones de crisis. Cómo actuar, qué hacer para afrontar ese tipo de situaciones.

Prácticos

*Tener un conocimiento de las principales Instituciones de nuestro País (Presidencia del Gobierno, Congreso, Senado, Tribunal Supremo, Asamblea de Madrid, etc.) o de Europa (Parlamento Europeo, Comisión Europea, etc.) mediante una visita institucional y guiada a las mismas.

*Adquirir un conocimiento práctico de cómo funciona la comunicación institucional de las Instituciones Públicas, a través del contacto personal, en Sesiones especiales, con los responsables de comunicación de las mismas.

*Conocer los mecanismos de relación entre los medios de comunicación y las Instituciones Públicas mediante el testimonio y la experiencia transmitida en Sesiones especiales por los propios responsables de los medios.

*Saber cómo se debe manejar la comunicación institucional en casos o situaciones de "crisis" de las Instituciones a través de la explicación de casos prácticos que han sucedido en el pasado reciente, que han tenido mucha proyección informativa y que por tanto pueden ser conocidos por los alumnos

*Elaboración de Notas de Prensa, Comunicados e Informes sobre las comparecencias y reflexiones que realicen diversos ponentes especiales que serán invitados a lo largo del desarrollo de la asignatura

*Elaboración de un Plan de Comunicación sobre una Institución Pública de España o de Europa que será determinada por el profesor al comienzo del curso académico

COMPETENCIAS QUE SE DESARROLLAN**Generales**

CG2. Conocimiento de la historia, teoría y práctica de las relaciones públicas.

CG4. Conocimiento de la estructura de los medios desde el punto de vista de las relaciones públicas: sus características, tipologías y problemáticas.

CG6. Conocimiento de las técnicas de investigación y análisis de la naturaleza e interrelaciones entre los sujetos de las relaciones públicas.

Transversales

CT1. Conocimiento teórico y práctico de las técnicas de gestión en las empresas de publicidad y relaciones públicas.

CT3. Conocimiento y estudio de los métodos y técnicas específicas para la toma de decisiones en relaciones públicas, en las empresas e instituciones.

CT6. Conocimiento, estudio y análisis de los procesos psicológicos básicos, sociológicos, psicosociales, cognitivos y emocionales de la comunicación atendiendo al propio ámbito y en su reflejo en los distintos públicos de las relaciones públicas, así como de los modelos psicológicos específicos desarrollados para la comunicación y la persuasión.

CT7. Conocimiento, análisis y desarrollo de técnicas de comunicación, de investigación motivacional y de actitudes, y de evaluación de los efectos psicosociales de la comunicación social.

Específicas

CE1. Conocimiento teórico y práctico de las técnicas de comunicación y expresión oral. En especial las utilizadas en la gestión publicitaria y de la comunicación empresarial e institucional con sus diversos públicos.

CE2. Conocimiento del análisis e investigación de audiencias. Motivaciones e imagen proyectada. Análisis y selección de soportes y medios para planificación de programas, campañas y acciones de relaciones públicas. Eventual compra de los tiempos y espacios en los medios.

CE5. Conocimiento de los procesos de creación, diseño, elaboración y producción de los mensajes de relaciones públicas: métodos, estrategias, técnicas y los sistemas de análisis de las campañas.

CE7. Conocimiento de los mecanismos y procesos encaminados a la realización de mensajes publicitarios, y de mensajes de relaciones públicas en los distintos soportes y medios de comunicación.

CE10. Conocimiento de la gestión de las áreas funcionales de la comunicación publicitaria y de las relaciones públicas en la empresa pública, privada, política y de otra naturaleza.

CE12. Conocimiento del diseño y desarrollo de las estrategias y aplicaciones de las políticas de comunicación persuasiva en las organizaciones públicas, privadas, políticas y de otra naturaleza, estudiando la metodología necesaria para realizar una auditoría de comunicación y diseñar una estrategia específica.

CONTENIDOS DEL PROGRAMA

1. A MODO DE INTRODUCCIÓN, ACLARANDO IDEAS, FIJANDO CONCEPTOS: La importancia de la Comunicación en una sociedad moderna y libre. El derecho a la información: artículo 20 de la Constitución Española. La opinión pública y la opinión publicada. Grupos de presión o lobbys y grupos de interés. Los think tanks. El proceso de formación de la opinión pública en las democracias representativas. Gobierno y opinión pública. El poder de los medios de comunicación. La intermediación política de la prensa. La libertad de información. La transparencia y pluralidad informativa. Los estados de opinión: como influir en una sociedad. El peligro de la manipulación. Respeto a la verdad, al honor de las personas.

CASO PRACTICO: Opinión Pública y proceso secesionista en Cataluña

2. LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL: ¿Qué es? Necesidad de la comunicación en una institución política: los problemas más frecuentes. Definición del concepto institución. La estrategia de comunicación de las instituciones políticas. Transparencia informativa de las Instituciones Públicas: la tendencia a la opacidad. ¿Qué comunicar? ¿Cómo hacerlo? La difícil e interesada relación de las Instituciones públicas con los medios de comunicación. Organización de la comunicación institucional. La figura del líder de la Institución: sus funciones comunicativas; actuaciones del líder que son fuente de noticias; la comunicación interna del líder, sus objetivos. El Director de Comunicación y el Jefe de Prensa. funciones de ambos cargos. Los gabinetes de prensa y de relaciones institucionales: organización, funciones.

Plan de Comunicación Institucional: cómo se hace, objetivos, públicos potenciales, plazos para ejecutarlo, medios para llevarlo a cabo.

CASO PRACTICO: Elaboración por grupos de alumnos de un Plan de Comunicación Institucional sobre una Institución española o europea que se determinará por parte del profesor al comienzo de la asignatura.

3. UN CASO MUY ESPECIAL DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL: EL FENOMENO TERRORISTA

El hecho terrorista en un mundo globalizado. Internacionalización del terrorismo: objetivos que persigue. La amenaza terrorista del siglo XXI: el terrorismo yihadista. La comunicación institucional ante el hecho terrorista. Situaciones de crisis en las Instituciones Públicas como consecuencia del terrorismo. ¿Cómo informar del terrorismo? La batalla del lenguaje. La deslegitimación del terrorismo a través de una adecuada estrategia de comunicación. El tratamiento informativo sobre las víctimas que el terrorismo genera. El caso particular de España: breve historia del fenómeno terrorista en nuestro País.

CASOS PRACTICOS: Atentado contra las Torres Gemelas en Nueva York (IX-2001). Secuestro y liberación de José Antonio Ortega Lara (1996-97); atentado contra Miguel Ángel Blanco (VII-1997); atentados yihadistas en París (XI-2015) y Bruselas (III-2016).

4. EL CASO DE ESPAÑA: El desprestigio de las Instituciones Públicas. El alejamiento de los ciudadanos. El fenómeno de la corrupción como causa principal. Las diferentes Instituciones: la Administración Central, la Autonómica, la Provincial y la local. La Casa del Rey, el Congreso y Senado. El Poder Judicial.

CASO PRACTICO: Consecuencias de la crisis institucional: irrupción de los nuevos partidos Podemos y Ciudadanos

5. COMUNICACIÓN EN SITUACIONES DE CRISIS: ¿Cuándo hay una situación de crisis?. Los tipos de crisis políticas. Prevenir las crisis. La comunicación en momentos de crisis. El gabinete de crisis. Liderazgo, claridad y veracidad en los mensajes.

CASO PRACTICO: La gestión desde el poder y desde la oposición del atentado del 11 de marzo de 2004 en Madrid

BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS BÁSICOS

Manuales de estudio

Berganza, M.R. & De Miguel, R. (2014). Opinión Pública. Madrid: Centro de Estudios Financieros

Canel, M.J. (2007). Comunicación de las Instituciones Públicas. Madrid: Tecnos

Gutiérrez, E. & Laporte, M.T. (2013). Tendencias emergentes en la comunicación de instituciones. Barcelona: UOC

Manuales complementarios

Mora, J.M. (ed.) (2009). 10 ensayos de comunicación institucional. Pamplona: EUNSA

Fernández, M. (2011). Terrorismo e Información: la batalla por la libertad de expresión. La Coruña: Netbiblo S.L.

Bibliografía complementaria

Alonso, R. & Domínguez, F. & García, M. (2010). Vidas Rotas: historia de los hombres, mujeres y niños víctimas de ETA. Madrid: Espasa

Aznar, J. M. (2013). El compromiso del poder. Memorias II. Barcelona: Planeta

Baglietto, P. (1999). Un Grito de Paz: autobiografía póstuma de una víctima de ETA. Madrid: Espasa Hoy

Blair, T. (2010). Memorias. Madrid: La Esfera de los Libros

Bradlee, B. (1996). La vida de un periodista. Madrid: El País Aguilar

Calvo Sotelo, L. (2003). Pláticas de familia. Madrid: La Esfera de los Libros

Cockburn, P. (2015). ISIS, el retorno de la yihad. Barcelona: Ariel

Constitución Española (1978). Cualquier edición

Cronkite, W. (1997). *Memorias de un reportero*. Madrid: El País Aguilar

Delgado, B. & Mencía A.J. (1998). *Diario de un secuestro: Ortega Lara, 532 días en un zulo*. Madrid: Alianza Editorial

Eguiguren, J. & Rodríguez, L. (2011) *ETA, las claves de la paz, confesiones del negociador*. Madrid: Aguilar

Fallaci, O. (2002). *La Rabia y el Orgullo*. Madrid: La Esfera de los Libros

Feo, J. (2008). *Déjame que te cuente*. Madrid: Espejo de Tinta

Giraldo, D.S. (2004). *Periodistas, guerra y terrorismo*. Bogotá (Colombia): Universidad Sergio Arboleda

Hafner, S. (2002). *Winston Churchill, una biografía*. Barcelona: Destino

Hayward, S. (2008). *Grandeza: Reagan y Churchill, dos líderes extraordinarios*. Madrid: Gota a Gota

Herrero, L. (2007). *Los que le llamábamos Adolfo*. Madrid: La Esfera de los Libros

Hoffman, B. (1999). *A mano armada: historia del terrorismo*. Madrid: Espasa Calpe

Instituto Oficial de RTVE. (2002). *El periodismo audiovisual frente al terrorismo*. Madrid: Consejo de Administración de RTVE

Montanelli, I. (2003). *Memorias de un periodista*. Barcelona: RBA Libros S.A.

Murua, I. (2010). *El triángulo de Loiola*. Donostia: Ttartttalo

Pablo, J.M. de (2009). *La cuarta trama: verdades y mentiras en el caso del 11-M*. Madrid: Ciudadela Libros

Prego, V. (2000). *Presidentes*. Barcelona: Plaza & Janes

Reinares, F. & Elorza, A. (2004). *El nuevo terrorismo islamista*. Madrid: Temas de Hoy

Rodríguez, R. & Sádaba, T. (1999). *Periodistas ante conflictos*. Pamplona: EUNSA

Rodríguez Zapatero, J.L. (2013). *El dilema: 600 días de vértigo*. Barcelona: Planeta

Sanchis, J.L. (1996). *Como se gana el poder*. Madrid: Espasa Hoy

Soria, C. (1987). *Prensa, paz, violencia y terrorismo*. Pamplona: EUNSA

Toro, S. de (2007). *Madera de Zapatero: retrato de un Presidente*. Barcelona: RBA Libros, S.A.

Uriarte, E. (2004). *Terrorismo y Democracia tras el 11-M*. Madrid: Espasa Hoy

Varios, (2003). *Terrorismo, víctimas y medios de comunicación*. Madrid: Fundación Víctimas del Terrorismo

Películas y series de televisión

Todos los hombres del Presidente (Alan J. Pakula, 1976)

El Ala Oeste de la Casa Blanca (Aaron Sorkin, 1999)

El lobo (Miguel Courtois, 2004)

Buenas noches y buena suerte (George Clooney, 2005)

Omagh (Pete Travis, 2005)

GAL (Miguel Courtois, 2006)

World Trade Center (Oliver Stone, 2006)

El discurso del Rey (Tom Hooper, 2010)

La dama de hierro (Phylida Lloyd, 2011)

La noche más oscura (Kathryn Bigelow, 2012)

Borgen (Adam Price, 2013)

24 Horas: Vive otro día (Howard Gordon, 2014)

Documentales

El rostro de ETA (Ministerio de Interior, 1997)

Trece entre mil (Iñaki Arteta, 2005)

El silencio roto: décimo aniversario del asesinato de Gregorio Ordoñez (Antxón Urrosolo, 2005)

In Memoriam (Observatorio Internacional Víctimas del Terrorismo-CEU, 2008)

Barack Obama, camino hacia el cambio (HBO, 2009)

1980 (Iñaki Arteta, 2014)

METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA

Los contenidos esenciales de la asignatura se estudiarán por las monografías principales recomendadas y por otros textos e informes complementarios de la manera que se especifica a continuación:

TEMA 1. A modo de introducción. Fijando conceptos: Democracia y opinión pública, comunicación política. Unidad Didáctica 1 “El concepto de opinión pública”, Unidad Didáctica 5 “Opinión pública y comunicación política”, Unidad Didáctica 7 “Gobierno y opinión pública”, pp. 7-35, 141-175, 213-251 en BERGANZA, M.R. & MIGUEL, R. DE (2014). Opinión Pública. Madrid: Centro de Estudios Financieros

Tema 2. La comunicación institucional. Capítulo 1 “El proceso de la comunicación política” pp. 19-35 y Capítulo 4, III “La organización de la comunicación de una institución política” pp. 201-230 en CANEL, M.J. (2007). “Comunicación de las Instituciones Públicas”. Madrid: Tecnos. Introducción “Misión de las Instituciones en un ámbito democrático” pp. 9-29. en GUTIERREZ, E. & LA PORTE M.T. (2013). “Tendencias emergentes en la comunicación de instituciones”. Madrid: UOC

Tema 3. Un caso muy especial de comunicación institucional: el terrorismo. Capítulo 1 “El terrorismo y sus armas informativas” pp. 1-19, Capítulo 3 “Errores más comunes al informar del hecho terrorista y medidas para evitarlos” pp. 87-125 y Capítulo 4 “La perversión del lenguaje terrorista y propuesta para impedir que influya en el lenguaje periodístico” pp. 125-171 en FERNANDEZ M. (2011). “Terrorismo e Información: la batalla por la libertad de expresión”. La Coruña: Netbiblo. “Reflexiones sobre los medios de comunicación y el terrorismo” (Documento aprobado por el Consejo de Administración de RTVE) pp. 9-29 en INSTITUTO OFICIAL DE RTVE (2002) “El periodismo audiovisual frente al terrorismo”. Madrid: Consejo de Administración de RTVE. Dossier especial sobre “ETA: la dictadura del terror” en www.elmundo.es

Tema 4. El caso de España. Informe de Transparencia Internacional España sobre las Comunidades Autónomas, Ayuntamientos y Diputaciones en www.transparencia.org.es “Organización política del Estado Español” en www.seguridadpublica.es Política Autonómica: Secretaría de Estado de Administraciones Públicas en www.seap.minhap.gob.es

Tema 5. Comunicación en situaciones de crisis. Capítulo 5, II. Y III. “La estrategia en la práctica: públicos y mensaje” pp. 236-273 en CANEL M.J. (2007). “Comunicación de las Instituciones Públicas”. Madrid: Tecnos. Capítulo 7 “La Comunicación en tiempos de crisis”

pp. 161-189 en MORA J.M. (2009). "10 ensayos de comunicación institucional". Pamplona: EUNSA.

CRITERIOS Y MÉTODOS DE EVALUACIÓN

En la nota final tendrá una influencia muy importante los ejercicios y trabajos que los alumnos harán en la parte práctica de la asignatura. Esta influencia será del 65% frente al 35% de la parte teórica, lo que de hecho supone que el esfuerzo mayor que se pide al alumno, y así tendrá su reflejo en la nota final de la asignatura, es en la parte práctica. Para los alumnos que no aprueben la asignatura en la convocatoria final ordinaria y vayan a la convocatoria final extraordinaria, sólo se tendrá en cuenta para la nota final el exámen y las pruebas que realicen en dicha convocatoria extraordinaria.

La parte teórica será evaluada en el exámen final a través de una serie de preguntas sobre conceptos básicos explicados por el profesor a lo largo de las clases, o recogidos en los manuales de estudio y complementarios recomendados en la bibliografía de la asignatura.

El interés demostrado por el alumno a lo largo de la asignatura, junto con la participación regular y activa en clase -necesaria por otra parte para que el alumno pueda ser evaluado en la parte práctica de la asignatura- podrán suponer hasta un punto adicional en la nota final.

Parte Práctica

(Evaluación: 65%) Esta parte se compone de los diferentes ejercicios prácticos que se harán a lo largo de la asignatura y del Plan de Comunicación Institucional que tendrá que ser elaborado por los alumnos en grupos de 4-6 sobre una Institución Pública que será determinada por el profesor al comienzo del curso. Los ejercicios prácticos supondrán el 50% de la evaluación de la parte práctica y el Plan de Comunicación Institucional el 15%.

Los ejercicios prácticos previstos durante la asignatura serán los siguientes: dos Test de Cultura Institucional (uno al comienzo del curso y otro al final del mismo); notas de prensa o comunicados después de las comparencias de los diversos invitados; notas de prensa o comunicados después de cada uno de los casos prácticos expuestos por el profesor en clase y una nota de prensa después de la proyección de un documental. La no realización o entrega fuera de plazo de un ejercicio práctico supondrá un 0 en la evaluación de dicha práctica.

Las notas de prensa o comunicados serán elaborados, dependiendo las circunstancias y el tiempo disponible, o bien en clase, o bien el profesor dará un plazo no superior a 48 horas desde la finalización de la práctica, para enviar el trabajo al apartado "Entrega de trabajos" de la asignatura en la Intranet de Villanueva.o. En el primer caso, podrán ser redactadas a mano, en folio Din A-4, con una extensión no superior a 700 palabras o escritas en ordenador y enviadas al citado apartado "Entrega de trabajos" de la asignatura en la Intranet. La nota de prensa o comunicado deberá contener un resumen de lo expuesto por el invitado y un análisis razonado de los aspectos relacionados con la comunicación institucional apreciados en el ponente: claridad y transparencia en la exposición, capacidad de convicción, de liderazgo, cercanía etc.

Los Test de Cultura Institucional que se hará a los alumnos constarán de una serie de preguntas básicas sobre nuestras Instituciones Públicas y ¿quién es quién? en ellas. Serán evaluadas como el resto de las prácticas.

Examen final

(Evaluación: 35%). El examen final consistirá en un ejercicio escrito con un conjunto de preguntas relacionadas con los conceptos básicos que el alumno debe saber sobre la materia tratada en la asignatura de acuerdo con el programa. Aparte de las preguntas, se pedirá al alumno que elabore un COMUNICADO FINAL valorativo, de una extensión no superior a 700 palabras sobre las cuestiones y los aspectos, tanto prácticos como teóricos, tratados a lo largo de la asignatura que a su juicio hayan sido los más relevantes e importantes desde el punto de vista de la comunicación institucional y de la imagen pública.

Tutorías Académicas

Las tutorías académicas a lo largo de la asignatura serán de dos tipos: online y presenciales.

Para las tutorías online, los alumnos podrán contactar con el profesor cuantas veces necesiten utilizando el correo interno, accesible a través de la intranet de Villanueva. El profesor se compromete a dar respuesta a los correos en un plazo máximo de cuarenta y ocho horas desde su recepción.

Para las tutorías presenciales, se han previsto -y así figuran en el "Cronograma" de la asignatura en el apartado "área de fechas clave"- tres sesiones de tutoría académica, de dos horas de duración cada una. En esas sesiones, los alumnos podrán plantear al profesor todas las cuestiones relacionadas con la asignatura que deseen: dificultades encontradas en el aprendizaje, orientación sobre las lecturas, revisión y comentario de exámenes y/o ejercicios realizados hasta la fecha, o cualquier tipo de dudas y consultas.

Aparte de estas sesiones programadas para las tutorías presenciales, el profesor estará disponible para consultas verbales de los alumnos, todos los días que tenga clases, al comenzar y al finalizar las mismas.

MATERIAL Y RECURSOS TECNOLÓGICOS UTILIZADOS

RECURSO
Documentación Impresa
Pizarra Digital
Vídeos
Internet
Web o blog ajeno a Villanueva
Correo interno de Villanueva
Apuntes