



UNIVERSIDAD
DE MURCIA

1. Identificación

1.1. De la asignatura

Curso Académico	2024/2025
Titulación	GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS
Nombre de la asignatura	DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN Y PORTAVOCÍA
Código	5957
Curso	CUARTO
Carácter	OPTATIVA
Número de grupos	1
Créditos ECTS	6.0
Estimación del volumen de trabajo	150.0
Organización temporal	1º Cuatrimestre
Idiomas en que se imparte	Español

1.2. Del profesorado: Equipo docente

MERAYO PEREZ, ARTURO

Docente: **GRUPO 1**

Coordinación de los grupos: **GRUPO 1**

Coordinador de la asignatura

Categoría

ASOCIADO A TIEMPO PARCIAL

Área

PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

Departamento

COMUNICACIÓN

Correo electrónico / Página web / Tutoría electrónica

amerayo@um.es Tutoría electrónica: **Sí**

Teléfono, horario y lugar de atención al alumnado

Duración:	Día:	Horario:	Lugar:
A	Jueves	18:00-20:30	(Sin Extensión), Facultad de Comunicación y Documentación B1.1.007

Observaciones:
No consta

2. Presentación

La asignatura de Dirección de Comunicación y Portavocía trata de mostrar al estudiante las principales características, funciones y responsabilidades del órgano de Dirección de Comunicación de empresas y organizaciones y, especialmente, en todo aquello que tenga que ver con el órgano de Portavocía. Este es un órgano cuya función principal es la de representar el rostro más visible de las organizaciones, al ser el encargado de transmitir la voz oficial de sus órganos directivos, de sus mandatarios y de la información sustancial generada por la institución. Para cumplir con esta función, el encargado de comunicación debe conocer y manejar los diferentes variables, como la construcción de mensajes estratégicos y su adaptación a los diferentes medios de comunicación, la creación de eventos sociales y mediáticos para la transmisión de información, la elección de instrumentos de comunicación más adecuados en cada caso, el estudio de los públicos estratégicos y, cómo no, la formación en comunicación de los directivos de la organización.

3. Condiciones de acceso a la asignatura

3.1. Incompatibilidades

No constan

3.2. Requisitos

No constan

3.3. Recomendaciones

No existen recomendaciones para esta asignatura.

4. Competencias

4.1. Competencias básicas

- CB1: 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

- CB2: 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
- CB3: 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
- CB4: Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado
- CB5: Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía

4.2. Competencias de la titulación

- CG1: Capacidad de trabajo en equipo y de comunicación de las propias ideas mediante la creación de un ambiente propicio, así como capacidad para integrarse en un proyecto común destinado a la obtención de resultados.
- CG2: Creatividad: capacidad para asumir riesgos expresivos y temáticos en el marco de las disponibilidades y plazos de la producción publicitaria y comunicacional, aplicando soluciones y puntos de vista personales en el desarrollo de los proyectos.
- CG3: Capacidad de adaptación a los cambios tecnológicos, empresariales u organigramas laborales.
- CG5: Orden y método: habilidad para la organización y temporalización de las tareas, realizándolas de manera ordenada adoptando con lógica las decisiones prioritarias en los diferentes procesos de la actividad publicitaria y comunicacional.
- CE3: Estudio del departamento de comunicación dentro de las empresas e instituciones y de las habilidades y técnicas necesarias para su dirección. En especial de la gestión del conocimiento y de los intangibles de la empresa, y de los mercados y de los productos financieros.
- CE24: Capacidad y habilidad para responsabilizarse del área de comunicación de un organismo o empresa. Su labor se fundamenta en establecer los contactos con los diferentes públicos, tanto internos como externos, así como de la planificación, control y gestión del plan de comunicación anual.
- CE25: Capacidad y habilidad para establecer el plan de comunicación: fijar los objetivos de comunicación, definir el público objetivo, plantear las estrategias y controlar el presupuesto de comunicación.

4.3. Competencias transversales y de materia

- C150 Comprender y aplicar el pensamiento estratégico de la comunicación y del conocimiento de las áreas y fases de la planificación y gestión avanzada de la comunicación estratégica en instituciones y organizaciones, incluyendo el diseño de la imagen corporativa, el diseño de estrategias en medios, la elaboración e implementación de planes de comunicación, estrategias de branding así como auditorías de comunicación e imagen
- C151 Conocer y aplicar eficazmente las herramientas y técnicas de planificación y gestión de las campañas de comunicación en instituciones y organizaciones
- C153 Conocer y aplicar eficazmente los métodos y técnicas específicas para la toma de decisiones en el área de comunicación de las empresas e instituciones, incluyendo habilidades y técnicas de negociación y habilidades directivas, de liderazgo y de gestión

5. Contenidos

5.1. Teoría

Bloque 1: La figura del Dircom: habilidades directivas, funciones y situación en la actividad corporativa

Tema 1: Dirección de Comunicación y portavocía

Tema 2: La relación fuente-periodista

Tema 3: La adecuación al canal

Tema 4: Mensaje y estrategia de comunicación

Bloque 2: Principios y ámbitos de la función de la portavocía

Tema 1: El portavoz en las entrevistas y debates

Tema 2: Herramientas para la relación con los medios de comunicación

Tema 3: La comunicación no verbal en el portavoz

5.2. Prácticas

■ **Práctica 1: 1. El contacto con los periodistas**

Check list para los relaciones con los periodistas Diferencias ámbito nacional y local Análisis y discusión en grupo

Relacionado con:

- Tema 2: La relación fuente-periodista
- Tema 3: La adecuación al canal
- Bloque 2: Principios y ámbitos de la función de la portavocía

■ **Práctica 2: 2. Cada medio es diferente.**

Dinámica en grupos competitivos para determinar ventajas e inconvenientes de distintos medios y soportes de cara a la estrategia de comunicación: Televisión, Prensa diaria, Revistas, Radio, Cine, Exterior, Correo postal, Correo electrónico, Promociones, Relaciones, Site en Internet, Redes sociales Aprendizaje secundario: técnicas para el trabajo en equipo eficaz

Relacionado con:

- Tema 3: La adecuación al canal
- Tema 4: Mensaje y estrategia de comunicación
- Tema 2: Herramientas para la relación con los medios de comunicación

■ **Práctica 3: 3. Buscar oportunidades para dar información.**

Ejercicio en grupos competitivos sobre relación de hechos susceptibles de convertirse en informaciones positivas

Supuestos: centro educativo, centro hospitalario, entidad bancaria.

Relacionado con:

- Bloque 1: La figura del Dircom: habilidades directivas, funciones y situación en la actividad corporativa
- Tema 1: Dirección de Comunicación y portavocía

- Tema 2: La relación fuente-periodista
- Tema 4: Mensaje y estrategia de comunicación
- Bloque 2: Principios y ámbitos de la función de la portavocía

■ **Práctica 4: 4. Diseño estratégico de los propios mensajes.**

Planificación en grupo colaborativo de la estrategia de mensajes

Elaboración de mapa de públicos y mensajes

Exposición en vídeo, visionado, análisis y discusión en el grupo general

Relacionado con:

- Bloque 1: La figura del Dircom: habilidades directivas, funciones y situación en la actividad corporativa
- Tema 4: Mensaje y estrategia de comunicación
- Bloque 2: Principios y ámbitos de la función de la portavocía
- Tema 1: El portavoz en las entrevistas y debates
- Tema 2: Herramientas para la relación con los medios de comunicación
- Tema 3: La comunicación no verbal en el portavoz

■ **Práctica 5: 5. Notas de prensa.**

Elaboración individual de 3 notas de prensa a partir de 3 supuestos Ejercicios individuales Análisis y discusión en el grupo general para afianzar criterios

Relacionado con:

- Tema 1: Dirección de Comunicación y portavocía
- Tema 2: Herramientas para la relación con los medios de comunicación

■ **Práctica 6: 6. Notas de prensa complejas.**

Elaboración individual de notas de prensa complejas a partir de supuestos de información especializada

Elaboración en grupo de comunicados institucionales

Ejercicios individuales Análisis y discusión en el grupo general para afianzar criterios

■ **Práctica 6: 10. El portavoz y sus mensajes en las entrevistas.**

Técnicas para introducir los propios mensajes durante la entrevista Planificación de la estrategia de mensajes y role play en cámara con el objetivo de insertar los mensajes

Role-play Visionado, análisis y discusión en el grupo general

Relacionado con:

- Tema 4: Mensaje y estrategia de comunicación
- Tema 1: El portavoz en las entrevistas y debates
- Tema 2: Herramientas para la relación con los medios de comunicación

- Tema 3: La comunicación no verbal en el portavoz

■ Práctica 7: 7. Comunicado oficial.

Ejercicio individual Elaboración comunicado institucional Análisis y discusión en el grupo general para afianzar criterios

Relacionado con:

- Tema 1: Dirección de Comunicación y portavocía
- Tema 2: Herramientas para la relación con los medios de comunicación

■ Práctica 8: 8. El portavoz ante la cámara.

Ejercicio Individual Exposición breve del portavoz cuyo objetivo es captar la atención y generar titulares.

Análisis y discusión en el grupo general

Relacionado con:

- Tema 2: La relación fuente-periodista
- Tema 3: La adecuación al canal
- Tema 4: Mensaje y estrategia de comunicación
- Tema 1: El portavoz en las entrevistas y debates

■ Práctica 9: 11. Rueda de prensa.

Preparación por grupos y role play de rueda de prensa Visionado, análisis y discusión en grupo el grupo general para afianzar criterios

Elaboración de nota de prensa

Relacionado con:

- Tema 1: Dirección de Comunicación y portavocía
- Tema 2: Herramientas para la relación con los medios de comunicación

■ Práctica 12: 9. La comunicación no verbal del portavoz.

Visionado, análisis y discusión en el grupo general

Relacionado con:

- Tema 1: El portavoz en las entrevistas y debates
- Tema 2: Herramientas para la relación con los medios de comunicación
- Tema 3: La comunicación no verbal en el portavoz

6. Actividades Formativas

Actividad Formativa	Metodología	Horas	Presencialidad
AF1: Exposición teórica		35.0	100.0
AF2: Tutorías formativas y resolución de dudas.		2.0	100.0
AF3: Resolución de problemas / Seminarios / Aprendizaje orientado a proyectos / Estudio de Casos / Exposición y discusión de trabajos / Simulaciones / Prácticas de campo.		17.0	100.0
AF4: Prácticas de laboratorio / Prácticas con ordenadores/ Prácticas en Plató TV / Prácticas en Plató Radio / Laboratorio de idiomas / Seminarios especializados.		4.0	100.0
AF5: Trabajo autónomo del alumno. Estudio y preparación de contenidos teóricos-prácticos. Trabajo individual consistente en lecturas, búsquedas documentales, sistematización de contenidos, estudio, estudio para la elaboración de casos, casos ABP, etc.		90.0	0.0
AF6: Evaluación.		2.0	100.0
Totales		150,00	

7. Horario de la asignatura

<https://www.um.es/web/estudios/grados/publicidad/2024-25#horarios>

8. Sistemas de Evaluación

Identificador	Denominación del instrumento de evaluación	Criterios de Valoración	Ponderación
SE1	Pruebas escritas (exámenes): pruebas objetivas, de desarrollo, de respuesta corta, de ejecución de tareas, de escala de actitudes realizadas por los alumnos para mostrar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos.	Conocimiento de la materia Precisión en las respuestas Claridad expositiva Capacidad de análisis y aplicación práctica de conocimientos Competencia lingüística y expresiva Creatividad	50.0
SE2	Informes escritos, trabajos y proyectos: trabajos escritos, portafolios... con independencia de que se realicen individual o grupalmente	Conocimiento de la materia Precisión en las respuestas Claridad expositiva Capacidad de análisis y aplicación práctica de conocimientos Competencia lingüística y expresiva Creatividad	50.0

9. Fechas de exámenes

10. Resultados del Aprendizaje

La adquisición y puesta en práctica conforme a criterios de eficacia, adecuación y oportunidad de las competencias vinculadas a esta materia se consideran explícitamente como los resultados de aprendizaje previstos"

11. Bibliografía

Bibliografía básica

- [ALCAT, Enrique: Influye! Todo lo que necesitas para dominar el arte de la persuasión, Alienta, Barcelona, 2011.](#)
- [ALVAREZ, Jesús Timoteo, Manejo de la comunicación organizacional, Díaz de Santos, Madrid, 2013.](#)
- [ARCEO VACAS, Alfredo \(coord.\): El portavoz en la comunicación de las organizaciones: fundamentos teórico prácticos, Universidad de Alicante, Alicante, 2012.](#)
- [GRUNIG; Hunt: Dirección de relaciones públicas, Gestión 2000, Barcelona, 2007. AGOTADO](#)
- [LOSADA DIAZ, José Carlos \(coord.\): Gestión de la comunicación en las organizaciones, Ariel, Barcelona, 2004.](#)
- [MERAYO PÉREZ, Arturo: Curso práctico de técnicas de comunicación oral, Tecnos, Madrid, 2012, 3ª ed.](#)
- [VAN-DER HOFSTADT, Carlos J. y GÓMEZ GRAS, José M.: Competencias y habilidades profesionales para universitarios, Díaz de Santos, Madrid, 2006.](#)
- [DIRCOM](#)

Bibliografía complementaria

- [ALLOZA, Ángel, CARRERAS, Enrique y CARRERAS, Ana: Reputación Corporativa, LID, Madrid, 2013.](#)
- [ARGENTI, Paul A.: Comunicación estratégica y su contribución a la reputación, LID, Madrid, 2014.](#)
- [BOU BAUZA, Guillem: Comunicación persuasiva para directivos, directores y dirigentes, Pirámide, Madrid, 2005.](#)
- [BUIL GAZOL, Pilar y MEDINA AGUERREBERE; Pablo: Dircom. Comunicar para transformar, Anaya, Madrid, 2015.](#)
- [COSTA, Joan.: El DirCom hoy, Costa Punto Com, Barcelona, 2009.](#)
- [FERNÁNDEZ LÓPEZ, Sergio: Cómo gestionar la comunicación en organizaciones públicas y no lucrativas, Nancea, Madrid, 2008.](#)
- [GUTIÉRREZ, Elena y LAPORTE, M. Teresa: Tendencias emergentes en la comunicación de instituciones, UOC, Barcelona, 2013](#)
- [LOSADA DIAZ, José Carlos: Comunicación en la gestión de crisis: lecciones prácticas, Ed.UOC, Barcelona, 2010.](#)
- [VV.AA.: Comunicación empresarial, Deusto, Bilbao, 2007.](#)
- [ÁLVAREZ MARAÑÓN, Gonzalo: El arte de presentar. Cómo planificar, estructurar, diseñar y exponer presentaciones, Gestión 2000, Barcelona, 2012.](#)
- [El arte de presentar](#)
- [Podcast Dirección de Comunicación y Portavocía](#)

12. Observaciones

Todas las clases incluyen contenidos teóricos y prácticos por lo que se recomienda encarecidamente la asistencia. En caso de no ser posible por una causa justificada documentalmente, el alumno debe comunicar al profesor la particularidad de su situación en cuanto esta sobrevenga.

Si el alumno no puede seguir el proceso de evaluación continua por circunstancias sobrevenidas debidamente justificadas, tendrá derecho a realizar una prueba global. En ese caso, será necesario indicarlo al profesor y presentar antes de que concluya el mes de enero la correspondiente justificación documental. Los alumnos que se acojan a la modalidad de evaluación global serán evaluados por medio de un examen oral que, al final de la asignatura, planteará cuestiones tanto de carácter teórico como práctico.

Necesidades educativas especiales. Aquellos estudiantes con discapacidad o necesidades educativas especiales podrán dirigirse al Servicio de Atención a la Diversidad y Voluntariado (ADYV; <http://www.um.es/adyv>) para recibir orientación sobre un mejor aprovechamiento de su proceso formativo y, en su caso, la adopción de medidas de equiparación y de mejora para la inclusión, en virtud de la Resolución Rectoral R-358/2016. El tratamiento de la información sobre este alumnado, en cumplimiento de la LOPD, es de estricta confidencialidad.

Esta asignatura se encuentra vinculada de forma directa con el Objetivo de Desarrollo Sostenible nº 17, "Alianzas para Lograr los Objetivos".

NECESIDADES EDUCATIVAS ESPECIALES

Aquellos estudiantes con discapacidad o necesidades educativas especiales podrán dirigirse al Servicio de Atención a la Diversidad y Voluntariado (ADYV - <https://www.um.es/adyv>) para recibir orientación sobre un mejor aprovechamiento de su proceso formativo y, en su caso, la adopción de medidas de equiparación y de mejora para la inclusión, en virtud de la Resolución Rectoral R-358/2016. El tratamiento de la información sobre este alumnado, en cumplimiento con la LOPD, es de estricta confidencialidad.

REGLAMENTO DE EVALUACIÓN DE ESTUDIANTES

El artículo 8.6 del Reglamento de Evaluación de Estudiantes (REVA) prevé que "salvo en el caso de actividades definidas como obligatorias en la guía docente, si el o la estudiante no puede seguir el proceso de evaluación continua por circunstancias sobrevenidas debidamente justificadas, tendrá derecho a realizar una prueba global".

Se recuerda asimismo que el artículo 22.1 del Reglamento de Evaluación de Estudiantes (REVA) estipula que "el o la estudiante que se valga de conductas fraudulentas, incluida la indebida atribución de identidad o autoría, o esté en posesión de medios o instrumentos que faciliten dichas conductas, obtendrá la calificación de cero en el procedimiento de evaluación y, en su caso, podrá ser objeto de sanción, previa apertura de expediente disciplinario".