

## DATOS GENERALES DE LA ASIGNATURA

**ASIGNATURA:** Patrocinio: Nuevas Formas de Financiación y Acción Social

**PLAN DE ESTUDIOS:** Grado en Periodismo (PGR-PERIO)

**CENTRO:** Facultad de Ciencias Sociales

**CARÁCTER DE LA ASIGNATURA:** Optativo

**ECTS:** 6,0

**CURSO:** 4º

**SEMESTRE:** 1º Semestre

**IDIOMA EN QUE SE IMPARTE:**

Castellano, excepto las asignaturas de idiomas que se impartirán en el idioma correspondiente

Esta asignatura no está activa en el curso académico.

## DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

### OBSERVACIONES CONTENIDO DE LA ASIGNATURA:

La asignatura Patrocinio: nuevas formas de financiación y acción social aporta una visión más amplia y global sobre la importancia de los patrocinios en la empresa/ organización /institución. Una fórmula profesional donde la estrategia y las metodologías son claves para entender este avance en las acciones comunicativas.

- Concepto de patrocinio y mecenazgo. Perspectiva histórica.
- Visión del patrocinio y del mecenazgo como actitud corporativa.
- Las fundaciones y el patrocinio fiscal.
- Estrategias y metodologías del patrocinio y del mecenazgo.
- La visualización del patrocinio y mecenazgo en el diseño periodístico, publicitario y de la comunicación audiovisual.

## COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE A ADQUIRIR POR EL ALUMNO

### COMPETENCIAS GENERALES:

- RD 822/2021. Según el Real Decreto 822/2021, el marco competencial del título se define a través de grandes competencias (GC), ubicadas temporalmente en esta categoría de "competencias generales".
- GC01. Competencia para la adquisición de las bases y fundamentos de la comunicación: Diagnosticar, analizar, valorar y relacionar los acontecimientos periodísticos desde una perspectiva global proveniente de conocimientos propios de la sociología, las teorías de la comunicación y el análisis del discurso, la historia, el derecho o la economía, y asegurando un ejercicio periodístico de calidad.
- GC04. Competencia para la comunicación corporativa: Conocer, analizar y diseñar estrategias de comunicación para instituciones de todo tipo, asegurando las acciones necesarias para una realización eficaz de los objetivos comunicativos diseñados.

### COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- RD 822/2021. Según el Real Decreto 822/2021, el marco competencial del título se concreta en los resultados de aprendizaje de cada materia y asignatura.

### COMPETENCIAS TRANSVERSALES:

- RD 822/2021. Según el Real Decreto 822/2021, el marco competencial del título se concreta en los resultados de aprendizaje de cada materia y asignatura.

#### RESULTADOS DE APRENDIZAJE:

El alumno será capaz de:

- SbC1.1\_Subcompetencia\_Interpretar los fenómenos sociológicos, económicos, históricos, políticos, jurídicos, artísticos y comunicativos para comprender los hechos actuales y generar periodismo de calidad.
- SbC1.2\_Subcompetencia\_Desempeñar el periodismo desde una perspectiva global.
- SbC4.1\_Subcompetencia\_Interpretar objetivos y estrategias de comunicación para una comunicación corporativa de calidad.
- C1.1\_Conocimiento\_Conocer los principios sociológicos, económicos, históricos, políticos, jurídicos, artísticos y comunicativos.
- C1.2\_Conocimiento\_Comprender la relación entre las distintas áreas de conocimiento y su vínculo con el periodismo.
- C4.1\_Conocimiento\_Conocer la información sobre el comportamiento de los grupos de interés para el desarrollo de las estrategias de la comunicación corporativa.
- H1.1\_Habilidad o destreza\_Analizar los fenómenos socioculturales para la producción periodística.
- H1.2\_Habilidad o destreza\_Aplicar los conocimientos básicos en sociología, economía, historia, política, legislación, arte y comunicación en el ejercicio de la profesión periodística.
- H4.2\_Habilidad o destreza\_Analizar el entorno para su posterior aplicación en diferentes áreas de comunicación corporativa.
- CT1.1\_Compentencia transversal, valor o actitud\_Developar el sentido de la integridad y la ética periodística, partiendo del correcto cumplimiento de la normativa legal.
- CT4.1\_Compentencia transversal, valor o actitud\_Developar la capacidad de liderazgo y toma de decisiones en el ámbito de la comunicación corporativa, desde una actitud ética.