



Ayuntamiento
de Vitoria-Gasteiz
Vitoria-Gasteizko
Udala

ENPLEGU ESKAINTZA PUBLIKOA 2017-18

- BERARIAZKO OINARRIAK

A111 – KAZETARITZA

Eskala:	2110 - ADMINISTRAZIO BEREZIA, AZPI-ESKALA TEKNIKOA, GOI MAILAKO TEKNIKARIA
Taldea:	A1
Hizkuntza-eskakizuna:	4 (C2)

Titulazioa(k):	Gradua, Kazetaritzakoa, edo Ikus-entzunezko komunikaziokoa
Bolonia aurreko erreferentziak:	Informazio Zientzietako lizentzia
Bestelako betebeharrak:	IT05
Eskaintzarekin harremana duten lanpostuak:	5049. KAZETARIA, G.T.
Prestakuntza/praktikaldia (hilabeteak):	3

Hasierako eskaintza, guztira: 1							
Txanda irekia, guztira: 1			Barne-sustapena, guztira: 0				
Euskara ezinbestekoa	Euskara derrigortasunik gabe	Desgaitasuna ezinbestekoa	euskara	Desgaitasuna derrigortasunik gabe	euskara	Euskara ezinbestekoa	Euskara derrigortasunik gabe
1	0	0		0		0	0

ESKAINZARI BURUZKO OHARRAK:

--

LANPOSTUKO ZEREGINAK:

Ikus eskaintzari lotutako lanpostuari dagokion katalogoa
--

IKASGAIAK:

IKASGAI OROKORRAK:

Ikus II. eranskina. Gai-zerrenda orokorrak. A1 taula.

BERARIAZKO IKASGAIAK:

1. Giza komunikazioa eta komunikazio kolektiboa. Komunikazio-prozesua. Komunikazio-egintzaren alderdi eta osagaiak. Eredu teorikoak. Komunikazio kolektiboaren jatorriak eta garapena. Komunikazioaren eta zabalkundearen zientziak.
2. Komunikazio-estrategiak erakunde publikoetan.
3. Komunikazio integralaren kontzeptua administrazio publikoan.
4. Komunikazio eraginkorreko tresnak administrazio publikoan.
5. Komunikazioaren ondorioak. Komunikazioaren funtzioak eta disfuntzioak. Zereginen analisia.
6. Kanpo-komunikazioaren kudeaketa administrazio publikoan. Helburuak eta tresnak.
7. Barne-komunikazioaren kudeaketa administrazio publikoan. Helburuak eta tresnak.
8. Komunikazioaren kudeaketa krisi-egoeran.
9. Komunikazio plana: kontzeptua, egitura, martxan jartzea.
10. Marketin publikoa eta komunikazio korporatiboa.
11. Publizitate-kanpainak eta erakunde-komunikazioa.
12. Informazioa, komunikazioa, publizitatea eta propaganda administrazio publikoan.
13. Komunikazio korporatiboa: komunikazio-estrategia baten tresna.

14. Antolakunde baten identitate korporatiboa: Gasteizko Udalaren identitate korporatiboaren eskuliburua.
15. Markak. Kontzeptua. Marka sortzea. Motak. Marketan presente dauden ezaugarriak. Marken garrantzia. Marken bizitza-prozesua.
16. Udallerri eta udalen irudiaren kudeaketa estrategikoa.
17. Estilo-eskuliburua: definizioa eta berezitasunak.
18. Administrazio publikoaren harremanak komunikabideekin.
19. Komunikazio instituzionala komunikazio politikoaren aurrean.
20. Komunikazioaren antolaketa-sistema: Toki-administrazioetako komunikazio sailen diagrama: haren garrantzia eta kokapena udal organigramaren baitan.
21. Komunikazio digitala administrazio publikoan.
22. Interneten agerpena kazetaritzan. Internet komunikazio-kanal gisa: Sarearen ezaugarri orokorrak. Prentsa elektronikoa.
23. 2.0 weba: Definizioa. Interaktibitatea.
24. Sare sozialak eta politika zabalkunderako hedabide gisa duten egitekoa.
25. Komunikazio digitala eta 2.0 teknologiak administrazio publikoetan: herritarren partaidetzarako tresnak.
26. SEOetako kokapena, zerbitzu digitaletako garrantzia. SEO edukiak lantzeko arauak.
27. Marketin digitala: online estrategia baten diseinua, baliabideen bateratzea (propioak, ordaindutakoak, irabazitakoak).
28. Administrazioa publizitatearen subjektu gisa. Informazioaren eta publizitatearen arteko bereizketa erakundearen mezuetan.
29. Buletinak, blogak, posta elektronikoa, bat-bateko mezularitza eta RSSa erabiltzea. Horien arteko bereizgarriak eta alderdi osagarriak, erabiltzerakoan kontuan hartu beharrekoak.
30. Irudien eta ikus-entzunezko piezen erabilera zerbitzu digitaletan.
31. Internet eta iritzi publikoa: demokratizazioa, zatikatzea, blogosfera. Informazioaren eta komunikazioaren teknologien agerpena informazioaren alorrean. Masa-komunikazioaren gizartetik informazioaren gizartera.
32. Web semantikoaren kontzeptua.
33. Eraldaketa digitala: Big data, open data. Datuak irekitzea eta sektore infomediarioak berrerabiltzea.
34. Komunikazioa eta bereizkeriarik ez egiteko politika administrazio publikoan.
35. Komunikazioa publizitate-bitartekoen bidez: noiz erabili; briefinga.
36. Udal ekimenen berri zabaltzea: estrategia, bideak, etab.
37. Albisteak, horien izaera, balioa, garrantziaren neurketa, motak eta iturriak.
38. Prentsaurrekoen diseinua eta prestaketa.
39. Krisi-komunikazioa. Kontzeptua. Krisi motak. Prebentziozko komunikazioa erreakziozko komunikazioaren aurrean. Krisirako komunikazio-plana.
40. Publizitatea: Tipologia, publizitate-estrategiak.
41. Botere publikoen egintzen publizitatea. Udalbatzaren Osoko Bilkurak eta informaziorako eskubidea. Gobernu Batzarraren bilkurak eta informaziorako eskubidea.
42. Adierazpen askatasuna eta haren arautze juridikoa: eskubideak, ohorearen, intimitatearen eta norberaren irudiaren kontzeptuak, berriazko babesak. Informazio legitimoaren, interes publikoaren eta informazio-zereginetan arduraz jokatzearen nozioak.
43. Etika komunikazio instituzionalean.
44. Kazetaritzako profesionalaren kode deontologikoa:
45. kontzientzia-klausula eta sekretu profesionala.

46. Erantzuteko eta zuzentzeko eskubideak.
47. Prentsa-askatasuna: Inplikazio juridikoak:
48. 7/2010 Lege Orokorra, martxoaren 31koa, Ikus-entzunezko Komunikazioari buruzkoa. Xedapen orokorrak. Ikus-entzunezko Komunikazioaren oinarriko araudia. Zerbitzu-emaileak.
49. ~~32/2003 Lege Orokorra, Telekomunikazioei buruzkoa: Xedapen orokorrak. Zerbitzu publikoko betebeharrak, eta zerbitzu publikoko eskubide eta betebeharrak sareen esplotazioan eta komunikazio elektronikoko zerbitzuak ematerakoan.~~ Maiatzaren 9ko, 9/2014 lege Orokor Telekomunikazioetako. Xedapen orokorrak.
50. Iritzi-inkestak: iritzi-inkestaren erabilera eta trataera administrazio publikoen komunikazioaren alorrean.
51. Udal zerbitzuei buruzko gogobetetze-inkestak eta tratamendua komunikazio instituzionalaren alorrean.
52. Komunikabideak, iritzi publikoaren sustatzaile.
53. Iritzi publikoa komunikazio-bilaketaren testuinguruan.
54. Figurak eta elementuak iritzi publikoaren osakeran. Analisia eta jarduteko alternatibak.
55. Audientziaren portaera: Harrera eta sinesgarritasuna. Jarrera eta iritzia.
56. Audientzien azterketa kuantitatiboa komunikazioan (EGM, ZNB –ZNBren (Zabalkuntza Neurtzeko Bulegoa–, audimetroa, IP eta teknologia berrietako sartze-neurketa).
57. Hizkuntza ofizialak erabiltzeko irizpideak. Euskararen erabileraren hizkuntza-normalkuntza administrazioan. Printzipio orokorrak. Gasteizko Udalean Euskararen Erabilera Normalizatzeko Plana.
58. Baldintza tekniko partikularren agiria Sektore Publikoko Kontratuei buruzko azaroaren 8ko 9/2017 Legean (123. artikulutik 127.era).
59. Hizkuntzaren garrantzia pertsonen eta gizartearen identitatea eraikitzeko. Sexismoa eta androzentrismoa hizkuntzaren erabileran. Zuzen erabiltzeko alternatibak.
60. Publizitatearen eta komunikazioaren erabilera ez-sexistarako aholkularitza batzordea.
61. Genero-inpaktuaren ebaluazioa komunikazioan.
62. Jabetza intelektuala. Eskubide moralak eta ondare-eskubideak. Egiletza Interneten.