



Gestión de la
Comunicación Interna

Grado en Comunicación
Corporativa, Protocolo y
Organización de Eventos
Curso: 2021-22



UNIVERSIDAD
NEBRIJA

GUÍA DOCENTE

Asignatura: Gestión de la Comunicación Interna

Titulación: Grado en Comunicación Corporativa, Protocolo y Organización de Eventos

Carácter: Obligatoria

Idioma: Español.

Curso: 2021-22

Modalidad. Presencial/semipresencial/online

Créditos: 6

Curso: 2º

Semestre: 2º

Profesores/Equipo Docente: Carmen González Román

1. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

- 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.
- 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.
- 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.
- Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.
- Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.
- Evaluar, tomar decisiones y planificar acciones relacionadas con el ámbito de la comunicación.
- Demostrar el correcto uso del lenguaje oral y escrito.
- Recopilar, saber discriminar y categorizar la información procedente de fuentes bibliográficas y documentales.
- Aplicar un razonamiento crítico a partir del análisis y la síntesis.
- Utilizar el ingenio y desarrollar la creatividad e innovación.
- Demostrar sensibilidad social en el desarrollo de su trabajo profesional y/o académico dentro del respeto a la normativa vigente tanto a nivel español como europeo, a los códigos de buenas prácticas, a los criterios de autocontrol, a la igualdad de sexos, a las especiales necesidades de las personas discapacitadas, de la protección de la infancia y, en general, a los principios que se contienen en la Constitución Española y a los valores propios de la Cultura de la Paz.
- Demostrar la capacidad para trabajar en equipo, desarrollando las relaciones interpersonales.
- Manejar correctamente las nuevas tecnologías de la comunicación.
- Demostrar el correcto uso del lenguaje oral y escrito en la lengua inglesa en la materia de Lenguas modernas y en aquellas asignaturas impartidas en inglés.

- Liderar eficazmente proyectos comunicativos, asumiendo los principios de la responsabilidad social.
- Demostrar la capacidad de adaptación en entornos cambiantes.
- Identificar y manejar correctamente las herramientas de comunicación interna que pueden ser utilizadas en una organización así como de su evaluación y monitorización.

Resultados de aprendizaje

Aplicar las normas protocolarias a la elaboración de procedimientos protocolarios propios internos en empresas.

2. CONTENIDOS

2.1 Requisitos previos

Ninguno.

2.2 Breve descripción de los contenidos

Estudio de los elementos y conceptos básicos que intervienen en la comunicación interna y el espectro de modelo y maneras de comunicarse en la empresa. Conocimiento de las herramientas para auditar y evaluar la comunicación interna, establecer canales informativos y definir estrategias de comunicación.

2. Contenido detallado

Módulo 1. Dirigir la comunicación interna en la empresa: el equipo en la organización

- 1.1. Funciones del equipo de comunicación interna
- 1.2. Una herramienta estratégica del negocio: cómo aportar valor
- 1.3. Comunicación interna: una cuestión de todos: la implicación de los mandos intermedios
- 1.4. Alianzas estratégicas dentro de la organización: áreas de apoyo y de negocio
- 1.5. Responsabilidad Social Corporativa
- 1.6. La creatividad efectiva en el trabajo de C.I.

Módulo 2. Modelo de gestión empresarial de la C.I.

- 2.1. Criterios de gestión: selección, productividad, formación, eficiencia
- 2.2. Coherencia y coordinación entre la comunicación interna y externa
- 2.3. Concepto de redacción multimedia en los departamentos de C.I.
- 2.4. Integrar la CI en un modelo de comunicación corporativa y valores organizacionales
- 2.5. Identificar grupos de interés o *stakeholders*

Módulo 3. Aplicación práctica y su instrumentación: el plan de CI

- 3.1. Contenidos de la CI: diseño, elaboración y difusión
- 3.2. Complementariedad de canales y soportes: desde lo presencial a lo digital.
- 3.3. Diseño del plan estratégico de comunicación interna
- 3.4. Medir los resultados y la aportación de valor.

MODULO 4: Cómo presentar un plan estratégico al servicio de los objetivos organizacionales.

2.4. Actividades Dirigidas

Durante el curso se desarrollará un trabajo individual y proyecto práctico realizado en equipos de trabajo formados por tres alumnos: el **diseño de un plan estratégico de comunicación interna**.

Actividad Dirigida 1 (AD1)

A los alumnos se les facilitará el caso de una empresa real, multinacional ubicada en España, con el plan de negocio establecido para ese año. Basándose en el/los objetivos estratégicos empresariales, se desarrollará una propuesta de plan de comunicación interna (PCI) que será la actividad final.

El 75% de la nota final de la AD1 corresponderá al trabajo escrito, mientras que el 25% restante corresponderá a la exposición oral del mismo, ya que debe exponerse en grupo ante el resto de los alumnos. Duración máxima de la presentación 15 minutos

Forma de presentación: descripción del desarrollo e implantación (estrategias, acciones, calendario etc) del PCI en un máximo de 5 folios. La presentación es libre pudiendo ser utilizados distintos medios audiovisuales.

Actividad Dirigida 2 (AD2)

Elaboración individual. Ante un caso real – el cambio de oficinas/edificio y la mudanza de toda su plantilla, de una empresa- el alumno elaborará la nota interna y diseñará su adaptación y distribución eligiendo canales y soportes.

Para obtener derecho a examen, será necesario que el alumno obtenga una calificación positiva (mayor o igual a 5).

2.5. Actividades formativas

Modalidad presencial:

- Clases de teoría y práctica: 30% (45h)
- Trabajo personal del alumno: 50% (75h)
- Tutorías: 10% (15h)
- Evaluación: 10% (15h)

Modalidad a distancia:

- Estudio, comprensión y evaluación de la materia: 40% (60h)
- Trabajos/proyectos/prácticas a desarrollar y presentar por el alumno: 50% (75h)
- Tutorías: 10% (15h)

Modalidad semipresencial:

Las asignaturas de esta materia no requieren presencialidad en la modalidad semipresencial con lo que sus actividades formativas seguirán el esquema de la enseñanza a distancia.

- Estudio, comprensión y evaluación de la materia: 40% (60h)
- Trabajos/proyectos/prácticas a desarrollar y presentar por el alumno: 50% (75h)
- Tutorías: 10% (15h)

3. SISTEMA DE EVALUACIÓN

a. Sistema de calificaciones

El sistema de calificaciones finales se expresará numéricamente (RD 1125/2003, de 5 de septiembre) del siguiente modo:

- 0 - 4,9 Suspenso (SS)
- 5,0 - 6,9 Aprobado (AP)
- 7,0 - 8,9 Notable (NT)
- 9,0 - 10 Sobresaliente (SB)

La mención "Matrícula de Honor" (MH) podrá ser otorgada a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0.

b. Criterios de evaluación

Convocatoria ordinaria

Modalidad: Presencial

Código	Sistemas de evaluación	Porcentaje
SE1	Asistencia y participación en clase	10%
SE2	Prueba parcial	20%
SE3	Actividades académicas dirigidas	20%
SE4	Prueba final presencial	50%

Modalidad: Semipresencial y a distancia

Código	Sistemas de evaluación	Porcentaje
SE9	Participación en foros y otras actividades tutorizadas	20%
SE3	Actividades académicas dirigidas	30%
SE4	Prueba final presencial	50%

Convocatoria extraordinaria

Modalidad: Presencial

Código	Sistemas de evaluación	Porcentaje
SE3	Actividades académicas dirigidas	30%
SE4	Prueba final presencial	70%

Modalidad: Semipresencial y a distancia

Código	Sistemas de evaluación	Porcentaje
SE3	Actividades académicas dirigidas	40%
SE4	Prueba final presencial	60%

c. Restricciones

Calificación mínima

Para poder hacer media con las ponderaciones anteriores es necesario obtener al menos una calificación de 5 en la prueba final. El alumno podrá presentar de nuevo los trabajos, una vez hayan sido evaluados por el profesor y siempre antes del examen de la convocatoria ordinaria, si es que desea mejorar la calificación obtenida.

Asistencia

El alumno que, injustificadamente, deje de asistir a más de un 25% de las clases presenciales podrá verse privado del derecho a examinarse en la convocatoria ordinaria.

Normas de escritura

Se prestará especial atención en los trabajos, prácticas, proyectos y exámenes tanto a la presentación como al contenido, cuidando los aspectos gramaticales y ortográficos. El incumplimiento de los mínimos exigibles puede ocasionar la resta de puntos en dicho trabajo.

d. Advertencia sobre plagio

La Universidad Nebrija no tolerará en ningún caso el plagio o copia. Se considerará plagio la reproducción de párrafos a partir de textos de autoría distinta a la del estudiante (Internet, libros, artículos, trabajos de compañeros...), cuando no se cite la fuente original de la que provienen. Su uso no puede ser indiscriminado. El plagio, a demostrar, está considerado un delito contra la propiedad intelectual tipificado en el artículo 270.2 del Código Penal español. En caso de detectarse este tipo de prácticas, se considerará falta Grave y podrá aplicarse la sanción prevista en el Reglamento del alumno, procediéndose asimismo a su denuncia ante las autoridades competentes.

4. BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía básica

- Berceruelo, Benito (2014). *Nueva Comunicación interna en la empresa*. Madrid: Biblioteca Miguel Ordóñez de RRHH. AEDIPE.
- Cabanas, C. y Soriano, A. (2014). *Comunicar para transformar*. Madrid: Editorial LID.
- Cáceres González, Susana (2016). *Comunicación Interna, Pilar de la Estrategia Organizacional: Planificación y nuevas tendencias para empresas y colaboradores mejor comunicados*. Santiago de Chile, Ed. Internal Comunicaciones.
- Vilanova Giralt, Nuria (2013). *Micropoderes: comunicación interna para empresas con futuro*, Barcelona: Plataforma Empresa.
- Villafaña, J. (2006). *Quiero trabajar aquí: las seis claves de la reputación interna*, Madrid: Prentice Hall.

Bibliografía recomendada

- Alcor Comunicación (2014) *Conectar negocio y personas: experiencias y tendencias en comunicación interna*. Estudio de Comunicación.
- Bustínduy Cruz, I. (2010) *La comunicación interna en las organizaciones 2.0*. Barcelona: Editorial UOC.
- Castillo Esparcia, A. y Ponce, Damián G. (2015). *Comunicación de Crisis 2.0*. Madrid: Editorial Fragua.
- Cuenca Fontbona, Joan y Verazzi, Laura (2018). *Guía fundamental de la comunicación interna*, Barcelona: Editorial UOC.
- Del Pozo Lite, Marisa (2015). *Gestión de la comunicación interna en las organizaciones*, Pamplona: EUNSA.
- Herreros, Pablo (2018). *Sé transparente y te lloverán los clientes*, Barcelona: Alienta.
- Salas, Carlos (2017). *Storytelling: la escritura mágica: Técnicas para ordenar las ideas, escribir con soltura y hacer que te lean*, Mirada Mágica.
- Tessi, Manuel (2012). *Comunicación Interna en la práctica*, Buenos Aires: Granica.
- Zapata Palacios Leila (2016). *Industria de la Comunicación y Economía Digital: guía básica del DIRCOM*, Barcelona: Editorial UOC.

5. DATOS DEL PROFESOR

Nombre y Apellidos	Carmen González Román
Departamento	Publicidad
Titulación académica	LICENCIADA EN COMUNIC. AUDIOVISUAL-CC de la Información
Correo electrónico	@nebrija.es
Localización	Campus de Princesa – Sala de Profesores
Tutoría	Contactar con el profesor previa petición de hora por e-mail con una anticipación mínima de 48h.

<p>Experiencia docente, investigadora y/o profesional, así como investigación del profesor aplicada a la asignatura, y/o proyectos profesionales de aplicación.</p>	<p>Exdirectora de Comunicación Interna en Banco Santander España, labor que ejerció hasta 2015. Profesora de Empresa Informativa en la Fac. de CC de la Información (Univ. Complutense de Madrid). Profesora de Estrategias de comunicación en EAE Business School (2012/13), coordinadora del Máster en Comunicación Corporativa y Marketing Digital en NEXT Educación. Subdirectora de la escuela de negocios, NEXT Educación, hasta 2021. Coautora del libro “Conectar negocio y personas: experiencias y tendencias en comunicación interna” (Estudio de Comunicación). Miembro del Foro de Comunicación interna.</p>
---	---



Gestión de la
Comunicación Interna

Grado en Comunicación
Corporativa, Protocolo y
Organización de Eventos
2021-22



UNIVERSIDAD
NEBRIJA

GUÍA DOCENTE

Asignatura: Gestión de la Comunicación Interna

Titulación: Grado en Comunicación Corporativa, Protocolo y Organización de Eventos

Carácter: Obligatoria

Idioma: Español.

Curso: 2021-22

Modalidad. **Presencial**/semipresencial/online

Créditos: 6

Curso: 2º

Semestre: 2º

Profesores/Equipo Docente: Ignacio Calvo García

1. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

- 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.
- 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.
- 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.
- Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.
- Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.
- Evaluar, tomar decisiones y planificar acciones relacionadas con el ámbito de la comunicación.
- Demostrar el correcto uso del lenguaje oral y escrito.
- Recopilar, saber discriminar y categorizar la información procedente de fuentes bibliográficas y documentales.
- Aplicar un razonamiento crítico a partir del análisis y la síntesis.
- Utilizar el ingenio y desarrollar la creatividad e innovación.
- Demostrar sensibilidad social en el desarrollo de su trabajo profesional y/o académico dentro del respeto a la normativa vigente tanto a nivel español como europeo, a los códigos de buenas prácticas, a los criterios de autocontrol, a la igualdad de sexos, a las especiales necesidades de las personas discapacitadas, de la protección de la infancia y, en general, a los principios que se contienen en la Constitución Española y a los valores propios de la Cultura de la Paz.
- Demostrar la capacidad para trabajar en equipo, desarrollando las relaciones interpersonales.
- Manejar correctamente las nuevas tecnologías de la comunicación.
- Demostrar el correcto uso del lenguaje oral y escrito en la lengua inglesa en la materia de Lenguas modernas y en aquellas asignaturas impartidas en inglés.

- Liderar eficazmente proyectos comunicativos, asumiendo los principios de la responsabilidad social.
- Demostrar la capacidad de adaptación en entornos cambiantes.
- Identificar y manejar correctamente las herramientas de comunicación interna que pueden ser utilizadas en una organización así como de su evaluación y monitorización.

Resultados de aprendizaje

Aplicar las normas protocolarias a la elaboración de procedimientos protocolarios propios internos en empresas.

2. CONTENIDOS

2.1 Requisitos previos

Ninguno.

2.2 Breve descripción de los contenidos

Estudio de los elementos y conceptos básicos que intervienen en la comunicación interna y el espectro de modelo y maneras de comunicarse en la empresa. Conocimiento de las herramientas para auditar y evaluar la comunicación interna, establecer canales informativos y definir estrategias de comunicación.

2. Contenido detallado

Módulo 1. Introducción a la comunicación interna

- 1.1. Definición de la Comunicación interna y conceptos básicos
- 1.2. Funciones de la comunicación interna
- 1.3. La comunicación interna como herramienta estratégica del negocio
- 1.4. Evolución de la Comunicación interna
- 1.5. El Dircom y la comunicación interna
- 1.6. Responsabilidad Social Corporativa
- 1.7. Asociaciones y Premios de Comunicación Interna

Módulo 2. Gestión de la comunicación interna

- 2.1. Flujos de comunicación
- 2.2. Comunicación formal e informal
- 2.3. Herramientas, canales y calendario
- 2.4. Cultura corporativa
- 2.5. Identificar grupos de interés o *stakeholders*

Módulo 3. Aplicación de la comunicación interna

- 3.1. Cómo utilizar correctamente los canales de comunicación
- 3.2. El plan de comunicación
- 3.3. Gestión de crisis
- 3.4. Medir los resultados y ROI

2.4. Actividades Dirigidas

Durante el curso se desarrollarán las siguientes actividades prácticas y proyectos en equipos de trabajo que se constituirán al principio del curso:

Actividad Dirigida 1 (AD1) – 20%

Se facilitará un briefing a los alumnos con las necesidades de comunicación interna de una compañía. De acuerdo con lo descrito en ese briefing, en grupos de tres, los alumnos deberán desarrollar su propuesta de plan de comunicación y se entregará como actividad final. Cada grupo expondrá su proyecto al resto de compañeros.

El 75% de la nota final de la AD1 corresponderá al trabajo escrito, mientras que el 25% restante corresponderá a la exposición oral del mismo.

Forma de presentación: descrita en pautas para la presentación de trabajos

Para obtener derecho a examen, será necesario que el alumno obtenga una calificación positiva (mayor o igual a 5).

2.5. Actividades formativas

Modalidad presencial:

- Clases de teoría y práctica: 30% (45h)
- Trabajo personal del alumno: 50% (75h)
- Tutorías: 10% (15h)
- Evaluación: 10% (15h)

Modalidad a distancia:

- Estudio, comprensión y evaluación de la materia: 40% (60h)
- Trabajos/proyectos/prácticas a desarrollar y presentar por el alumno: 50% (75h)
- Tutorías: 10% (15h)

Modalidad semipresencial:

Las asignaturas de esta materia no requieren presencialidad en la modalidad semipresencial con lo que sus actividades formativas seguirán el esquema de la enseñanza a distancia.

- Estudio, comprensión y evaluación de la materia: 40% (60h)
- Trabajos/proyectos/prácticas a desarrollar y presentar por el alumno: 50% (75h)
- Tutorías: 10% (15h)

3. SISTEMA DE EVALUACIÓN

a. Sistema de calificaciones

El sistema de calificaciones finales se expresará numéricamente (RD 1125/2003, de 5 de septiembre) del siguiente modo:

- 0 - 4,9 Suspenso (SS)
- 5,0 - 6,9 Aprobado (AP)
- 7,0 - 8,9 Notable (NT)
- 9,0 - 10 Sobresaliente (SB)

La mención "Matrícula de Honor" (MH) podrá ser otorgada a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0.

b. Criterios de evaluación

Convocatoria ordinaria

Modalidad: Presencial

Código	Sistemas de evaluación	Porcentaje
SE1	Asistencia y participación en clase	10%
SE2	Prueba parcial	20%
SE3	Actividades académicas dirigidas	20%
SE4	Prueba final presencial	50%

Modalidad: Semipresencial y a distancia

Código	Sistemas de evaluación	Porcentaje
SE9	Participación en foros y otras actividades tutorizadas	20%
SE3	Actividades académicas dirigidas	30%

SE4	Prueba final presencial	50%
-----	-------------------------	-----

Convocatoria extraordinaria

Modalidad: Presencial

Código	Sistemas de evaluación	Porcentaje
SE3	Actividades académicas dirigidas	30%
SE4	Prueba final presencial	70%

Modalidad: Semipresencial y a distancia

Código	Sistemas de evaluación	Porcentaje
SE3	Actividades académicas dirigidas	40%
SE4	Prueba final presencial	60%

c. Restricciones

Calificación mínima

Para poder hacer media con las ponderaciones anteriores es necesario obtener al menos una calificación de 5 en la prueba final. El alumno podrá presentar de nuevo los trabajos, una vez hayan sido evaluados por el profesor y siempre antes del examen de la convocatoria ordinaria, si es que desea mejorar la calificación obtenida.

Asistencia

El alumno que, injustificadamente, deje de asistir a más de un 25% de las clases presenciales podrá verse privado del derecho a examinarse en la convocatoria ordinaria.

Normas de escritura

Se prestará especial atención en los trabajos, prácticas, proyectos y exámenes tanto a la presentación como al contenido, cuidando los aspectos gramaticales y ortográficos. El incumplimiento de los mínimos exigibles puede ocasionar la resta de puntos en dicho trabajo.

d. Advertencia sobre plagio

La Universidad Nebrija no tolerará en ningún caso el plagio o copia. Se considerará plagio la reproducción de párrafos a partir de textos de autoría distinta a la del estudiante (Internet, libros, artículos, trabajos de compañeros...), cuando no se cite la fuente original de la que provienen. Su uso no puede ser indiscriminado. El plagio, a demostrar, está considerado un delito contra la propiedad intelectual tipificado en el artículo 270.2 del Código Penal español. En caso de detectarse este tipo de prácticas, se considerará falta Grave y podrá aplicarse la sanción prevista en el Reglamento del alumno, procediéndose asimismo a su denuncia ante las autoridades competentes.

4. BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía básica

- Berceruelo, Benito (2011). *Comunicación interna en la empresa: claves y desafíos*. Madrid: AEDIPE.
- Cabanas, C. y Soriano, A. (2014). *Comunicar para transformar*. Madrid: Editorial LID.
- Cáceres González, Susana (2016). *Comunicación Interna, Pilar de la Estrategia Organizacional: Planificación y nuevas tendencias para empresas y colaboradores mejor comunicados*. Santiago de Chile, Ed. Internal Comunicaciones.
- Vilanova Giralt, Nuria (2013). *Micropoderes: comunicación interna para empresas con futuro*, Barcelona: Plataforma Empresa.
- Villafañe, J. (2006). *Quiero trabajar aquí: las seis claves de la reputación interna*, Madrid: Prentice Hall.

Bibliografía recomendada

- Bustínduy Cruz, I. (2010) *La comunicación interna en las organizaciones 2.0*. Barcelona: Editorial UOC.
- Castillo Esparcia, A. y Ponce, Damián G. (2015). *Comunicación de Crisis 2.0*. Madrid: Editorial Fragua.
- Cuenca Fontbona, Joan y Verazzi, Laura (2018). *Guía fundamental de la comunicación interna*, Barcelona: Editorial UOC.
- De la Peña Aznar, José y Cabezas, Mosiri (2015). *La gran oportunidad*, Barcelona: Gestión 2000.
- Del Pozo Lite, Marisa (2015). *Gestión de la comunicación interna en las organizaciones*, Pamplona: EUNSA.
- Herreros, Pablo (2018). *Sé transparente y te lloverán los clientes*, Barcelona: Alienta.
- Molina Cañabete, Juan Pedro (2017). *Comunicación Corporativa: Guía de supervivencia*, Madrid: Grupo 5.
- Salas, Carlos (2017). *Storytelling: la escritura mágica: Técnicas para ordenar las ideas, escribir con soltura y hacer que te lean*, Mirada Mágica.
- Tessi, Manuel (2012). *Comunicación Interna en la práctica*, Buenos Aires: Granica.
- Zapata Palacios Leila (2016). *Industria de la Comunicación y Economía Digital: guía básica del DIRCOM*, Barcelona: Editorial UOC.

5. DATOS DEL PROFESOR

Nombre y Apellidos	Ignacio Clavo García
Departamento	Publicidad
Titulación académica	Doctor en Ciencias de la Información
Correo electrónico	icalvo@nebrija.es
Localización	Campus de Princesa – Sala de Profesores
Tutoría	Contactar con el profesor previa petición de hora por e-mail con una anticipación mínima de 48h.

<p>Experiencia docente, investigadora y/o profesional, así como investigación del profesor aplicada a la asignatura, y/o proyectos profesionales de aplicación.</p>	<p>Ignacio Calvo es licenciado en Periodismo, doctor en Ciencias de la Información y posee un máster en Dirección de Comunicación Corporativa.</p> <p>Suma más de doce años de experiencia en el mundo de la comunicación en todas sus facetas: medios, agencias, empresas e instituciones. En medios de comunicación ha trabajado en diarios nacionales como <i>El Mundo</i> o <i>La Razón</i> o en la BBC en Londres.</p> <p>En los últimos años de su trayectoria profesional ha implementado y desarrollado planes de comunicación interna en multinacionales como IKEA o DIAGEO.</p> <p>Actualmente trabaja como responsable de comunicación interna y externa en CAF Signalling.</p>
---	--