



Redacción Informativa
/ News Writing

**Grado en Comunicación
Corporativa, Protocolo y
Organización de Eventos
2025-26**

GUÍA DOCENTE

Asignatura: Redacción informativa / News writing

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

Curso Académico: 2025-26

Carácter: obligatoria

Idioma: Español / inglés

Modalidad. presencial/ virtual

Créditos: 6

Curso: 2º

Semestre: 1º

Profesores/Equipo Docente: D. Luis Fraga Pombo

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.
- Demostrar la capacidad de expresar correctamente ideas y argumentaciones tanto de manera escrita como oral, manejando adecuadamente las técnicas de expresión, presentación, defensa y argumentación y dominando los principios de la retórica y la oratoria.

Resultados de aprendizaje

Conocimiento y manejo de las diferentes técnicas de redacción en los medios de comunicación, con especial incidencia en la redacción en medios informativos y en la redacción de notas de prensa y documentación propias del ámbito de las Relaciones Públicas y la Comunicación Corporativa.

2. CONTENIDOS

2.1 Requisitos previos

Ninguno.

2.2 Breve descripción de los contenidos

Conocimiento y manejo de las diferentes técnicas de redacción, con especial énfasis en la comprensión y puesta en práctica de los géneros periodísticos tradicionales, además de en la redacción de notas de prensa y otros documentos propios de la Comunicación Corporativa.

Knowledge and handling of the different writing techniques in the media, with a special emphasis in news media edition and the composition of press releases and documentation typical of the field of Public Relations and Corporate Communication.

2.3 Contenido detallado

Tabla donde se detalla el contenido de la materia, las actividades dirigidas, prácticas, proyectos, memoria u otras prácticas a desarrollar tanto en las sesiones con profesor como aquellas a realizar por el alumno en su tiempo de trabajo fuera de horario docente.

UNIDAD 1: EL PERIODISMO Y SUS GÉNEROS.

- La conexión de la comunicación corporativa con el periodismo. Por qué es importante seguir la actualidad y aprender a escribir como un periodista.
- Introducción a la redacción periodística: la noticia y sus fuentes. Partes de la noticia: titulares, entradillas (*leads*) y cuerpos.
- Los géneros periodísticos.
 - Géneros informativos: la noticia, la entrevista de declaraciones y el reportaje informativo.
 - Géneros híbridos: (información + interpretación): la crónica, la entrevista de perfil y los reportajes interpretativos.
 - Géneros de opinión: editoriales, columnas de opinión y críticas.
 - Redacción para medios audiovisuales.
 - Redacción para medios de comunicación digitales.

UNIDAD 2: LA REDACCIÓN CORPORATIVA.

- La comunicación escrita de las organizaciones.
- **Convocatorias, comunicados y notas de prensa.**
- Escribir para el cliente: discursos y tribunas de opinión.
- Correos electrónicos.
- Redacción de vídeos corporativos.

2.4 Actividades Dirigidas

Durante el curso se desarrollarán dos Actividades Dirigidas (1 y 2):

Actividad Dirigida 1 (AD1): Redacción de una entrevista de declaraciones a una persona relacionada directa o indirectamente con la comunicación.

Actividad Dirigida 2 (AD2): Redacción de una nota de prensa.

La actividad dirigida 1 (AD1) supone el 10% de la evaluación final. La AD2, el 15%. De esta manera, los 2 ejercicios en conjunto determinan el 25% de la evaluación final.

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 virtual:

- 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

3.1 Sistema de calificaciones

El sistema de calificaciones finales se expresará numéricamente (R.D. 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 de "matrícula de honor" podrá ser otorgada a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0.

3.2 Criterios de evaluación

Convocatoria ordinaria

Modalidad: Presencial

Código	Sistemas de evaluación	Porcentaje
SE1	Asistencia y participación en clase	10%
SE2	Prueba parcial	15%
SE3	Actividades académicas dirigidas	25%
SE4	Prueba final presencial	50%

Modalidad: virtual

Código	Sistemas de evaluación	Porcentaje
SE9	Participación en foros y otras actividades tutorizadas	15%
SE3	Actividades académicas dirigidas	45%
SE4	Prueba final presencial	40%

Convocatoria extraordinaria

Modalidad: Presencial

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

Modalidad: virtual

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

3.3 Restricciones

Calificación mínima

Para poder hacer media con las ponderaciones anteriores es necesario obtener al menos una calificación de 5 en la prueba final. Asimismo, será potestad del profesor solicitar y evaluar de nuevo las prácticas o trabajos escritos, si estos no han sido entregados en fecha, no han sido aprobados o se desea mejorar la nota obtenida en convocatoria ordinaria.

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 no cumplimiento de los mínimos aceptables puede ocasionar que se resten puntos en dicho trabajo.

3.4 Advertencia sobre plagio

La Universidad Antonio de Nebrija no tolerará en ningún caso el plagio o copia. Se considerará plagio la reproducción de párrafos a partir de textos de auditoría 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 indiscreminado. El plagio, que debe demostrarse, es un delito.

En caso de detectarse este tipo de prácticas se considerará falta Grave y se podrá aplicar la sanción prevista en el Reglamento del alumno.

4. BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía básica

Grijelmo, A. (2014). *El estilo del periodista*. XVIII edición [rev. y act.]. Tres Cantos, Madrid: Taurus. [Libro de consulta imprescindible en esta asignatura. Fundamental el capítulo sobre reproducción de testimonios].

Salas, C. (2007). *Manual para escribir como un periodista*. Madrid: Áltera.

Salaverría, R. (2005). *Redacción periodística en Internet*. Pamplona: Eunsa.

Bibliografía recomendada

Campo, C. (2015) *Periodismo de marcas*. Barcelona: Editorial UOC.

Martínez Padrales, D. (2014) *Comunicación pop: del periodismo de marca a la marca personal*. Barcelona: Editorial UOC.

Cassany, D. (1996). *La cocina de la escritura*. Barcelona: Anagrama.

Otros recursos:

LIBROS DE ESTILO. Se sugiere la lectura de los libros y manuales de estilo de los principales periódicos nacionales.

PERIÓDICOS. Se recomienda el seguimiento diario de al menos uno de los principales periódicos de tirada nacional (El País, El Mundo, ABC y La Razón).

FUNDEU. <https://www.fundeu.es/> Página web de la fundación Fundeu, para consultar dudas en redacción.

RAE. <http://www.rae.es/> Página web que incluye el diccionario de la Real Academia Española de la Lengua.

DIRCOM. <https://www.dircom.org/> Página web de la Asociación de Directivos de la Comunicación.

MONCLOA. <https://www.lamoncloa.gob.es/Paginas/index.aspx> Área de comunicación de la página web oficial del presidente del Gobierno y el Consejo de Ministros.

5. DATOS DEL PROFESOR

Nombre y Apellidos	D. Luis Fraga Pombo
Departamento	Publicidad
Titulación académica	Máster Investigación Aplicada a la Comunicación (URJC). Licenciado en Geografía e Historia (UNED).
Correo electrónico	lfraga@nebrija.es
Localización	Campus de Comunicación y Artes en Madrid-San Francisco de Sales
Tutoría	Contactar con el profesor previa petición de hora por e-mail

<p>Experiencia docente, investigadora y/o profesional, así como investigación del profesor aplicada a la asignatura, y/o proyectos profesionales de aplicación.</p>	<p>Licenciado en Geografía e Historia por la Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED) y Máster de Investigación Aplicada a la Comunicación por la Universidad Rey Juan Carlos (URJC).</p> <p>Profesionalmente, ejerce como asesor de comunicación corporativa para empresas, instituciones y todo tipo de organizaciones, habiéndose especializado en la formación de portavoces, el diseño y presentación de eventos corporativos y la creación de contenidos de marca.</p> <p>Es director de Comunicación de ANCES (Asociación Nacional de CEEIs Españoles).</p> <p>Como docente, en la Universidad Nebrija, imparte la asignatura de Redacción Informativa en este grado, además de diferentes seminarios y talleres.</p> <p>Pertenece además al cuerpo docente de Atresmedia Formación, grupo al que sigue vinculado después de una etapa de 20 años como presentador, editor y reportero de sus espacios informativos.</p> <p>Sus inicios profesionales se dieron en la radio, en la cadena SER y en Antena 3 Radio.</p> <p>Es coautor junto con María Solar del libro “¿Quieres ser periodista?”, publicado por Ediciones Siruela en 2017.</p> <p>Blog https://elblogdeluisfraga.com/</p> <p>Podcast: https://open.spotify.com/show/4NF1vdiZA2NIYTSoa4dCdv?si=926dd4887be545ce</p>
---	---