



# Comunicación Institucional

Grado en Relaciones  
Internacionales

2018-19



UNIVERSIDAD  
NEBRIJA

## GUÍA DOCENTE

**Asignatura:** Comunicación Institucional

**Titulación:** Grado en Relaciones Internacionales

**Curso Académico:** 2018-2019

**Carácter:** Optativa

**Idioma:** Castellano

**Modalidad:** Presencial

**Créditos:** 6

**Curso:** 3º

**Semestre:** 1º

**Profesores/Equipo Docente:** Dña. Carmen Torres Narváez

### 1. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

#### a. Competencias

- 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
- Conocer las características de la comunicación institucional, corporativa o empresarial para transmitir de manera protocolaria la información de las mismas a través de los métodos de difusión pertinentes y bajo una adecuada relación con los profesionales de los medios de comunicación.
- Realizar las funciones propias de un jefe de prensa, director de comunicación, y gestionar un gabinete de prensa o de relaciones públicas.
- Evaluar, tomar decisiones y planificar estrategias de comunicación.
- Reunir e interpretar datos para, tras aplicar un razonamiento crítico, emitir juicios.

#### b. Resultados de aprendizaje

Capacidad para desarrollar un plan de comunicación.

## 2. CONTENIDOS

### 2.1 Requisitos previos

Ninguno.

### 2.2 Breve descripción de los contenidos

Conocimiento de la estructura comunicativa en las organizaciones: comunicación interna y externa, gabinetes de prensa y agencias de comunicación, fundamentos teóricos de protocolo, relaciones institucionales, y preparación de datos.

### 2.3 Contenido detallado

#### **UNIDAD 1: INTRODUCCIÓN A LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL**

- “El poder de la información”. Una aproximación a la propaganda y la comunicación institucional
- Comunicación institucional. Intangibles. Notoriedad y reputación. Qué se comunica.
- La gestión de la comunicación. La relación con los públicos.

#### **MÓDULO II: LA GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN. EL DIRCOM Y LAS AGENCIAS**

- El dircom y los gabinetes de comunicación: funciones y responsabilidades.
- Las agencias de comunicación: Organigrama, funciones, principales agencias de comunicación

#### **MÓDULO III: LA PLANIFICACIÓN EN COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL**

- Plan de Comunicación (I): Briefing e investigación. Auditoría y stakeholders
- Plan de Comunicación (II): Objetivos, misión, visión, estrategias y tácticas. Calendario y presupuesto. Evaluación y medición de resultados. Clipping y ROI

#### **MÓDULO IV: COMUNICACIÓN EXTERNA. GESTIÓN DE LA RELACIÓN CON MEDIOS**

- Materiales corporativos: técnica de redacción notas de prensa. Ruedas de prensa. Dossier corporativo.
- Gestión de entrevistas, reportajes, tribunas de opinión, viajes de prensa, préstamos de productos.
- El discurso. Argumentarios, Q&A, Mensajes básicos.
- Formación de portavoces. Enfrentarse a la entrevista
- Sala de prensa. La gestión de redes sociales desde el ámbito institucional. Estrategias de comunicación digital.

#### **MÓDULO V: ORGANIZACIÓN DE ACTOS INSTITUCIONALES**

- Tipos de actos institucionales. Organización y difusión.
- Principios de protocolo institucional: Ordenaciones y precedencias.

## 2.4 Actividades Dirigidas

Durante el curso se podrán desarrollar algunas de estas actividades, prácticas, memorias o proyectos siguientes, u otras de objetivos o naturaleza similares:

Las actividades dirigidas, que supondrán un 25% de la evaluación final, consistirá en:

- **AAD1: Presentación del análisis de una Campaña de Comunicación Institucional (15%):** los alumnos, de manera individual, deberán realizar una exposición/ presentación ante sus compañeros con el apoyo de Power Point, Prezi o Similar. La docente supervisará previamente la temática de la exposición que debe ser seleccionada por el alumno entre las siguientes opciones:
  - Análisis de una Campaña de Comunicación Institucional nacional o internacional
  - Caso de éxito en materia de comunicación institucional
  - Caso de éxito en la gestión de crisis de una institución mediante acciones comunicativas
- **AAD2: Publicación Instagram (10%):** El alumno deberá realizar una publicación en la Red Social instagram con la imagen de una campaña de comunicación institucional, especificando su tipología y justificar su elección en clase ante sus compañeros.
- **AAD3: Materiales corporativos (25%):** los alumnos, de manera individual, tendrán que elaborar dos materiales corporativos: una nota de prensa y un discurso. En la evaluación de estas prácticas se tendrá en cuenta, además de los aspectos corporativos y redaccionales, la estética de entrega o la puesta en escena del discurso, entre otros. Ambas prácticas ponderarán 25% y tendrán que estar interrelacionadas.
- **AAD3: Seguimiento de la comunicación de una institución (50%):** Durante cuatro semanas los alumnos realizarán un seguimiento de la comunicación de una institución y su repercusión en medios de comunicación. La práctica se expondrá en el aula.

\*\*Los porcentajes expuestos de las actividades dirigidas están calculados sobre el 100% del 25% total de las actividades dirigidas.

## 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: Semipresencial y A distancia

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
SE1	Asistencia y participación en clase	-
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%

### 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. El alumno podrá presentar de nuevo los trabajos, una vez han sido evaluados por el profesor y siempre antes del examen de la convocatoria ordinaria, si 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 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 indiscriminado. 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

- Aced, C. (2013). Relaciones públicas 2.0: cómo gestionar la comunicación corporativa en el entorno digital. Barcelona: Editorial UOC.
- Berceruelo, B. (2016) Comunicación empresarial: incluye 33 ideas para una comunicación empresarial de éxito. Madrid Estudio de Comunicación.
- Chaguaceda, C. (2011). *El parche del príncipe y otros cuentos de la comunicación*. Madrid: ESIC Editorial.
- DIRCOM (2013). *Manual de comunicación*. Madrid: DIN Impresores.
- González, B. (2014) Comunicación estratégica y su contribución a la reputación. Madrid: LID.
- Losada Díaz, J. C. (2004) Gestión de la comunicación en las organizaciones: Comunicación interna, corporativa y de marketing. Madrid: Ariel.
- Mora, J.M. (2009) 10 ensayos de comunicación institucional. Pamplona: Eunsa.
- Sotelo Enríquez, C. (2001) Introducción a la comunicación institucional. Barcelona: Ariel Comunicación.
- Wilcox, D. L. (2006) Relaciones Públicas, estrategias y tácticas. Madrid: Addison Wesley.

Bibliografía recomendada

- Almansa Martínez, A (2011). Del gabinete de prensa al gabinete de comunicación. La dirección de comunicación en la actualidad. Sevilla – Zamora: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
- Arroyo, L. &Yus, M. (2008). Los cien errores de la comunicación de las organizaciones. Madrid: ESIC Editorial.
- Burgueño, J.L. (2015) Comunicación institucional para periodistas. Barcelona: UOC.
- Molina Cañabate, J. P. (2017) Comunicación corporativa: guía de supervivencia. Madrid: Editorial Grupo 5.
- Molina Cañabate, J. P. (2011) Introducción a la comunicación institucional a través de internet. Madrid: Editorial Grupo 5.
- Pizarroso Quintero, A. (1993) Historia de la propaganda: notas para el estudio de la propaganda política y de guerra. Madrid: Eudema.

Otros recursos:

Asociación de profesionales de las relaciones institucionales	<a href="http://relacionesinstitucionales.es/">http://relacionesinstitucionales.es/</a>
Asociación de comunicación política	<a href="http://compolitica.com/">http://compolitica.com/</a>
Asociación de empresas de consultoras en relaciones públicas y comunicación	<a href="http://www.adecec.com">www.adecec.com</a>
Asociación de Directivo de comunicación de España	<a href="http://www.dircom.org/">http://www.dircom.org/</a>
Institute for Public Relations	<a href="http://www.instituteforpr.org/">http://www.instituteforpr.org/</a>
International Public Relations Association (IPRA)	<a href="http://www.ipra.org/">http://www.ipra.org/</a>
The Holmes Report	<a href="https://www.holmesreport.com/">https://www.holmesreport.com/</a>
Arthur W. Page Society	<a href="http://www.awpagesociety.com/">http://www.awpagesociety.com/</a>
Campaigns and elections	<a href="http://www.campaignsandelections.com">http://www.campaignsandelections.com</a>
El publicista	<a href="http://www.elpublicista.es/frontend/elpublicista/base.php">http://www.elpublicista.es/frontend/elpublicista/base.php</a>
PR Noticias	<a href="http://www.prnoticias.com">http://www.prnoticias.com</a>
PR Week	<a href="http://www.prweek.com/">http://www.prweek.com/</a>
Blog Antoni Gutiérrez Rubí	<a href="http://www.gutierrez-rubi.es/">http://www.gutierrez-rubi.es/</a>
Blog Ignacio Martín Granados	<a href="http://martingranados.es/">http://martingranados.es/</a>

- Películas
  - *Wag the Dog / La cortina de Humo* (Barry Lavinson, 1997)
  - *Smoking Room* (Roger Gual & J. D. Wallovits, 2004)
  - *Thank you For Smoking* (Jason Reitman, 2005)
  - *La Ola* (Dennis Gansel, 2008)
  - *Secretos de Estado* (The Ides of March)(Georges Clooney, 2011)
  
- Series de TV
  - *Black Mirror* [capítulo 1, Himno Nacional] (Zeppotron, 2011)
  - *Borgen* (DR1, 2010-2013)
  - *Crematorio* (Prisa TV, 2011)
  - *Designated Survivor - Sucesor Designado* (ABC, 2016 – actualidad)
  - *House of cards* (Netflix, 2013-2015)
  - *Political Animals* (USA Network, 2012)
  - *Scandal* (ABC, 2012 – actualidad)
  - *The Good Wife* (CBS, 2009-2016)
  - *The Newsroom* (HBO, 2012-2014)
  - *The west wing - El Ala Oeste de la Casa Blanca-* (NBC, 1999 – 2006)
  - *The Wire* [5ª Temporada] (HBO, 2008)

## 5. DATOS DEL PROFESOR

Nombre y Apellidos	Carmen Torres Narváez
Departamento	Facultad de Comunicación y Artes
Titulación académica	Licenciada en Periodismo, Comunicación Audiovisual y Publicidad y Relaciones Públicas. Máster en Comunicación Institucional y Política. Doctoranda en Comunicación Audiovisual y Publicidad.
Correo electrónico	ctorresna@nebrija.es
Localización	Campus de Princesa. Sala de Profesores
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>Licenciada en Periodismo, Comunicación Audiovisual, Publicidad y Relaciones Públicas (Universidad Nebrija). Máster en Comunicación Institucional y Política por la Universidad de Sevilla (2012). Doctoranda por la Universidad Complutense de Madrid en Comunicación Audiovisual y Publicidad.</p> <p>En el ámbito profesional, ha trabajado en medios de comunicación generalista, prensa y radio, así como en medios especializados en temática educativa. Su especialidad profesional es la comunicación corporativa y las relaciones institucionales.</p> <p>Ha formado parte del gabinete de prensa de la Universidad de Málaga y durante cuatro años ha sido responsable de comunicación de la Secretaría General de Universidades, Investigación y Tecnología de la Consejería de Economía, Innovación, Ciencia y Empleo de la Junta de Andalucía.</p> <p>Desde septiembre 2014 a 2017 ocupa la dirección de la comunicación institucional de la Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura (OEI), organismo intergubernamental público que agrupa 23 países a ambos lados del Atlántico.</p> <p>En la actualidad es responsable de relaciones institucionales del Espacio Iberoamericano del Conocimiento en la Secretaría General Iberoamericana (SEGIB), organismo responsable de las Cumbres Iberoamericanas de Jefes de Estado y de Gobierno.</p>
---	---