



Comunicación Institucional / Institutional communication

Grado en Relaciones
Internacionales



UNIVERSIDAD
NEBRIJA

GUÍA DOCENTE / TEACHING GUIDE

Asignatura: Comunicación Institucional / Institutional Communication

Titulación: Grado en Relaciones Internacionales

Carácter: Optativa

Idioma: Español e Inglés

Modalidad: Presencial

Créditos: 6

Curso: 3º

Semestre: 1º

Cuerpo Docente: Dra. Carmen Torres Narváez / MSc. Eduardo García Cancela

1. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

1.1 Competencias Generales

CG 1 Desarrollar habilidades para el aprendizaje autónomo en el ámbito de las Relaciones Internacionales.

CG 2 Buscar, organizar, sintetizar, analizar e interpretar información de interés para la formación del internacionalista procedente de fuentes diversas, de forma sistemática, utilizando los distintos soportes (escritos, orales, audiovisuales y digitales).

CG 3 Aplicar los conocimientos teóricos obtenidos en las diferentes materias al análisis y solución de situaciones prácticas de carácter internacional.

CG 4 Exponer argumentaciones en público de manera ordenada y comprensible, desde diferentes perspectivas y siendo capaz de adaptarlas a la composición del auditorio.

CG 5 Comunicarse correctamente de manera oral y escrita en lengua nativa

CG 6 Comunicarse de manera oral y escrita en lenguas extranjeras prioritariamente en inglés (los alumnos deben alcanzar el nivel B2 según MCER)

CG 7 Ser capaz de adaptarse a los cambios derivados de la creciente complejidad del contexto global.

CG 8 Aplicar eficientemente las tecnologías de la información y de la comunicación (TICS).

CG 9 Comprometerse en términos éticos con los valores, principios y derechos reconocidos por la sociedad internacional.

CG 13 Aplicar habilidades de organización y trabajo en equipo, especialmente en equipos multinacionales.

CG 15 Comprender y conocer los elementos que inciden en las tomas de decisiones en los contextos nacional e internacional.

1.2 Competencias Específicas

CE 1 Familiarizarse con los elementos fundamentales que componen las Relaciones internacionales, entendiendo e incorporando su carácter multidisciplinar.

CE 5 Identificar y clasificar adecuadamente los actores de las relaciones internacionales, así como su evolución.

CE 6 Ser capaz de seleccionar, organizar y utilizar información y datos de interés para el análisis de la coyuntura internacional, empleando para ello diversas fuentes

CE 7 Conocer y comprender el proceso de formación de las organizaciones internacionales, su funcionamiento y limitaciones con especial atención a la Unión Europea.

CE 4 Identificar, comprender y analizar los elementos, procesos y dinámicas observables en la estructura de la sociedad internacional y su manejo por los distintos tipos de actores.

CE 8 Comprender y analizar la estructura económica internacional, atendiendo tanto a los flujos como a las tendencias que la caracterizan.

CE 9 Conocer y comprender, utilizando criterios analíticos, los principales elementos que definen la política exterior de los Estados, en especial de España.

CE 10 Tener la capacidad de evaluar y analizar la fragmentación del sistema internacional en distintas áreas geopolíticas, identificando los elementos que las conforman, así como las dinámicas de cooperación y conflicto presentes en ellas.

CE 11 Ser capaz de conocer y analizar la cooperación internacional en sus diferentes dimensiones.

CE 12 Utilizar adecuadamente el marco conceptual del estudio de los conflictos internacionales, y aplicar correctamente las tipologías de crisis y conflictos internacionales.

CE 13 Identificar los elementos que integran el sistema de información internacional y comprender el papel de los medios de comunicación en la creación de la opinión pública internacional.

CE 15 Conocer y valorar los derechos humanos y los instrumentos existentes para la protección de los mismos, así como su contribución para la convivencia tanto en el ámbito nacional como internacional.

1.3 Resultados de aprendizaje

Capacidad para desarrollar un plan de comunicación.

2. CONTENIDOS

2.1 Requisitos previos

Ninguno.

2.2 Descripción de los contenidos

La estructura comunicativa en la sociedad: los gabinetes de prensa, las agencias y los medios de comunicación El input-output de la información en las comunicaciones institucionales. La comunicación interna. La imagen y el valor de la marca en su transmisión social. Técnicas retóricas y oratorias: elaboración y pronunciación de discursos, y actividad de portavoces. Fundamentos de protocolo: relaciones institucionales, banderas y escudos, himnos, preparación de actos, saludos e invitaciones, distribución de personalidades en las mesas.

Content description

The communicative structure in society: press offices, agencies and the media. The input-output of information in institutional communications. Internal communication. The image and value of the brand in its social transmission. Rhetorical and oratory techniques: preparation and pronunciation of speeches, and activity of spokespersons. Fundamentals of protocol: institutional relations, flags and shields, hymns, preparation of events, greetings and invitations, distribution of personalities at the tables.

2.3 Contenido detallado / Detailed content of the course

CONTENIDO DE LA ASIGNATURA EN ESPAÑOL:

Presentación de la asignatura

Explicación de la Guía Docente

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.

2: 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

3: 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

4: COMUNICACIÓN INTERNA

- La importancia de la comunicación interna: motivar, comprometer, retener.
- Tipos y organización. Herramientas.

5: 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.

6: COMUNICACIÓN EN SITUACIONES DE CRISIS

- Prevención y preparación. Gestión de la crisis. Recuperación
- Crisis online: cómo detectarla y cómo actuar

7: ORGANIZACIÓN DE ACTOS INSTITUCIONALES

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

CONTENTS OF THE SUBJECT IN ENGLISH:

Presentation of the subject

Explanation of the syllabus

1: INTRODUCTION TO INSTITUTIONAL COMMUNICATION

- "The power of information." An approach to propaganda and institutional communication.
- Institutional communication. Notoriety and reputation. What is communicated.
- Communication management. The relationship with the public.

2: COMMUNICATION MANAGEMENT. DIRCOM AND AGENCIES

- The dircom and the communication offices: functions and responsibilities.
- Communication agencies: Organization chart, functions, main communication agencies.

3: PLANNING IN INSTITUTIONAL COMMUNICATION

- Communication Plan (I): Briefing and research. Audit and stakeholders.
- Communication Plan (II): Objectives, mission, vision, strategies and tactics. Calendar and budget. Evaluation and measurement of results. Clipping and ROI.

4: INTERNAL COMMUNICATION

- The importance of internal communication: motivate, commit, retain.
- Types and organization. Tools.

5: EXTERNAL COMMUNICATION. MANAGING THE RELATIONSHIP WITH THE MEDIA

- Corporate materials: press release writing technique. Press conferences. Corporate dossier.
- Management of interviews, reports, opinion boards, press trips, product loans.
- Speech. Arguments, Q&A, Basic messages.
- Training of spokespersons. Facing the interview
- Press room. The management of social networks from the institutional sphere. Digital communication strategies.

6: COMMUNICATION IN SITUATIONS OF CRISIS

- Prevention and preparation. Crisis management. Recovery.
- Online crisis: how to detect it and how to act.

7: ORGANIZATION OF INSTITUTIONAL EVENTS

- Types of institutional acts. Organization and diffusion.
- Principles of institutional protocol: Orders and precedents.

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 Twitter - 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: Discurso de un minuto (25%): de manera individual los alumnos elaborarán un discurso de un minuto sobre alguno de los temas propuestos por la docente. La evaluación de esta actividad tendrá en cuenta la redacción del discurso y la puesta en escena en el aula.

AAD4: Plan de Comunicación - trabajo (50%): organizados en grupos, los alumnos elaborarán un plan de comunicación para una institución. La evaluación de esta actividad se realizará sobre la presentación final del plan de comunicación en el aula.

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

2.5 Actividades Formativas

Las actividades formativas desarrolladas en cada una de las asignaturas en la modalidad presencial del Grado, así como la metodología de aprendizaje asociada, puede desglosarse de la siguiente manera:

Clases teóricas/ Contenido teórico: sesiones presenciales en las que se utiliza la metodología de la lección magistral. El profesorado expone y explica con apoyos, en su caso, de las herramientas informáticas adecuadas para la explicación de los contenidos de cada tema, promoviendo la participación activa del alumnado. Competencias genéricas que se adquieren: capacidad para analizar y sintetizar, capacidad para buscar, organizar, resumir, analizar e interpretar información. Competencias específicas que se adquieren: Manejar las principales fuentes de datos macroeconómicos para analizar la coyuntura internacional. Ser capaz de analizar las políticas económicas mundiales realizadas por los organismos económicos internacionales. Identificar y comprender los principales flujos económicos que se desarrollan en la estructura económica nacional e internacional. Ser capaz de detectar tendencias emergentes y cambios en la sociedad y el entorno.

Trabajo personal y en grupo/Trabajo individual del alumno estudio, elaboración de presentaciones y trabajos escritos, lectura de textos y reseñas de artículos sobre la materia, trabajos en equipo, etc. Competencias: capacidad para analizar y sintetizar, capacidad para desarrollar habilidades de aprendizaje autónomo, capacidad para buscar, organizar, resumir, analizar e interpretar información. Capacidad para potenciar la creatividad, iniciativa y liderazgo, aplicar habilidades de organización y trabajo en equipo.

Prácticas/Presentaciones orales Simulación de situaciones, estudio de casos reales, presentación y exposición de los trabajos por parte de los alumnos, individualmente y en grupo, de los trabajos realizados de manera que se impulse el análisis crítico en la clase. Competencias que se adquieren: capacidad para exponer argumentaciones en público de manera ordenada y comprensible y desde diferentes perspectivas, capacidad para comunicarse correctamente de manera oral y escrita en lengua nativa, capacidad de aplicar los conocimientos teóricos a la práctica.

Tutorías Seguimiento personalizado del trabajo del alumno. Resolución de dudas y problemas de la materia, así como seguimiento de los trabajos en equipo.

Participación en foros y debates/ Actividades a través de recursos virtuales (foros, chats, debates, etc....) Se alentará la participación de los alumnos en actividades, conferencias, jornadas y otro tipo de foros que complementen su formación no sólo presenciales sino también, en algún caso, virtuales.

Realización de las prácticas: Realización de prácticas formativas profesionales en empresas o instituciones, relacionadas con sus estudios de Grado. Son tutorizadas desde la Universidad y la empresa o institución en la que se realicen. Complemento de la formación académica, con los conocimientos, habilidades y actitudes adquiridas en el entorno profesional. Puesta en práctica y desarrollo de los conocimientos teórico/técnicos adquiridos en sus estudios, enfrentándose a problemas y toma de decisiones reales. Adquisición de habilidades y competencias profesionales necesarias en un entorno real de trabajo.

Elaboración de la memoria de prácticas: El alumno debe realizar una memoria de las actividades realizadas en sus prácticas profesionales, así como un análisis de los aspectos más relevantes de su desempeño y de las competencias profesionales adquiridas.

Exámenes las pruebas escritas forman parte de las actividades formativas ya que el alumno debe desarrollar competencias de análisis y síntesis de los conocimientos adquiridos, capacidad para transmitir los conocimientos utilizando los conceptos y la terminología de la materia manera adecuada.

Los ECTS correspondientes a cada una de las actividades formativas están especificados en cada una de las fichas de las materias que componen el grado.

Modalidad presencial

Actividad formativa	6 ECTS - 150 Horas- 50 % presencialidad
Clases teóricas	42 horas – 100% presencialidad
Tutorías	15 horas – 80% presencialidad
Prácticas	27,5 horas – 33% presencialidad
Trabajo personal y en grupo	50 horas – 0% presencialidad
Participación en foros y debates	9 horas – 50% presencialidad
Examen	7,5 horas – 100% presencialidad

3. SISTEMA DE EVALUACIÓN

3.1 Sistema de calificaciones

El sistema de calificaciones finales se expresará numéricamente 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

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

Convocatoria extraordinaria

Modalidad: Presencial

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Asistencia y participación en clase	-
Actividades académicas dirigidas	20%
Prueba final presencial	80%

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 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 / BIBLIOGRAPHY

Bibliografía básica / Basic bibliography

De las Heras, C.; Ruiz, I. y Paniagua Rojano, F.J. (2018). Gestión de la comunicación en instituciones. Pearson

DIRCOM (2013). Manual de comunicación. Madrid: DIN Impresores.

Losada Díaz, J. C. (2004) Gestión de la comunicación en las organizaciones: Comunicación interna, corporativa y de marketing. Madrid: Ariel.

Ministerio Presidencia del Gobierno (2019). La agenda de la comunicación. Madrid. Ministerio de Presidencia del Gobierno. Disponible en:
<https://www.lamoncloa.gob.es/serviciosdeprensa/agendacom/Documents/Agenda2019.pdf>

Sotelo Enríquez, C. (2001) Introducción a la comunicación institucional. Barcelona: Ariel Comunicación.

Bibliografía recomendada / Recommended bibliography

Aced, C. (2013). Relaciones públicas 2.0: cómo gestionar la comunicación corporativa en el entorno digital. Barcelona: Editorial UOC.

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.

Berceruelo, B. (2016) Comunicación empresarial: incluye 33 ideas para una comunicación empresarial de éxito. Madrid Estudio de Comunicación.

Burgueño, J.L. (2015) Comunicación institucional para periodistas. Barcelona: UOC.

Chaguaceda, C. (2011). El parche del príncipe y otros cuentos de la comunicación. Madrid: ESIC Editorial.

González, B. (2014) Comunicación estratégica y su contribución a la reputación. Madrid: LID.

Molina Cañabate, J. P. (2017) Comunicación corporativa: guía de supervivencia. Madrid: Editorial Grupo 5.

Mora, J.M. (2009) 10 ensayos de comunicación institucional. Pamplona: Eunsa.

Pizarroso Quintero, A. (1993) Historia de la propaganda: notas para el estudio de la propaganda política y de guerra. Madrid: Eudema.

Wilcox, D. L. (2006) Relaciones Públicas, estrategias y tácticas. Madrid: Addison Wesley.

Otros recursos / Other resources:

Asociación de profesionales de las relaciones institucionales	http://relacionesinstitucionales.es/
Asociación de comunicación política	http://compolitica.com/
Asociación de empresas de consultoras en	www.adecec.com

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

Películas

- El hombre que diseñó España (Andrea G. Bermejo y Miguel Larraya, 2019)
- La Ola (Dennis Gansel, 2008)
- Our Brand Is Crisis (2005)
- Secretos de Estado / The Ides of March (Georges Clooney, 2011)
- Smoking Room (Roger Gual & J. D. Wallovits, 2004)
- Thank you For Smoking (Jason Reitman, 2005)
- Wag the Dog / La cortina de Humo (Barry Lavinson, 1997)

Series de TV

- Baron Noir (HBO, 2016)
- 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)
- La voz más alta (The Loudest Voice) (Movistar. 2019)
- 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 Politician (Netflix, 2019)
- The Wire [5ª Temporada] (HBO, 2008)