



Organization of business
communication

**Bachelor in Business
Communication and Digital
Media
2026-27**



UNIVERSIDAD
NEBRIJA

COURSE GUIDE

Subject: Organization of business communication

Degree: Bachelor in Business Communication and Digital Media

Type: Basic

Language: English

Modality: In-person / Virtual

Credits: 6 ECTS

Academic Year: 2026-27

Semester: 1st

Professor/Teaching Team: Dr. / Ms. / Mr.

1. LEARNING OUTCOMES

- To understand the organizational and legal structure of the communication industry, as well as the fundamental principles of institutional, corporate and business communication and its economic environment.
- To identify creative, ideation and narrative techniques used in the production of communication messages, along with the digital tools employed in their development in the business environment.
- To understand the techniques and procedures required to produce academic and professional work in the field of communication and business.
- To know the keys principles, practices and core variables of business communication in order to formulate communication and positioning strategies.
- To understand the communication techniques necessary for managing relationships with internal and external publics, industry stakeholders and society. -
- To demonstrate the ability to interpret and explain the organization, regulations and structure of institutional, corporate and business communication within the media industry.
- To apply the creative and technological techniques necessary for the development of a communication product.
- To communicate information, ideas, problems and solutions related to the field of communication and media business to both specialized and non-specialized audiences.
- To analyze market data for the desing of a marketing plan in the media industry.
- To plan and implement corporate communication actions tailored to different stakeholders, selecting the most appropriate media and platforms to optimise the dissemination and effectiveness of the message.
- To detect and assess the work processes, dynamics and stakeholders involved in the media industry and in business communication systems.
- To apply communication-based solutions that address social demands, incorporating the Sustainable Development Goals, respect for diversity,-principles of universal accessibility and design for all people in professional practice within the business communication and digital media sector.
- To execute professional or academic tasks and projects in the business communication and media industry, using appropriate methods and tools.

2. CONTENTS

2.1. Prerequisites

None

2.2. Description of content

Study of organisational and functional models of communication in companies, addressing the structure, objectives and dynamics of communication departments, as well as their coordination with other strategic areas of the organisation. The functions and professional profiles involved in communication management are analysed, together with the processes of planning, supervising and evaluating corporate communication. It includes an analysis of the digital transformation of organisational communication, the use of technological tools applied to internal and external management, and the consideration of communication as a strategic asset within the overall management and corporate culture of the company.

2.3. Detailed content

Table detailing the content of the subject, directed activities, practical sessions, projects, report or other practices to be developed both in the sessions with the lecturer and those to be carried out by the student during their working time outside teaching hours.

--

2.4. Directed Activities

During the course, some of the following activities, practical sessions, reports or projects, or others with similar objectives or nature, may be developed, which will account for xx% of the final evaluation, consisting of:

3. TRAINING ACTIVITIES AND TEACHING METHODOLOGIES

3.1. In-person subject

TRAINING ACTIVITIES	Total hours	(% in-person) In-person hours (8-12)
AF1 Presencial theory classes	15	15 (100%)
AF12 Presencial practical classes	30	30 (100%)
AF2 Student's personal work	90	0 (0%)
AF3 Tutorials	7.5	7.5 (100%)
AF4 Evaluation	7.5	7.5 (100%)
Total	150	60

3.2. Online subject

TRAINING ACTIVITIES	Total hours	Synchronous virtual hours	Asynchronous virtual hours
AF8 Virtual theory classes	15	6 (40%)	9 (40%)
AF13 Virtual practical classes	30	12 (40%)	18 (40%)
AF9 Student's personal work (distance learning)	90	0 (0%)	0 (0%)
AF10 Virtual tutorials	7.5	5.25 (70%)	2 (70%)
AF4 Evaluation	7.5	1.5 (20%)	6 (20%)
Total	150	24.7	35.3

4. EVALUATION SYSTEMS

4.1. Grading systems

The final grading system will be expressed numerically, in accordance with the provisions of Art. 5 of Royal Decree 1125/2003, of September 5 (BOE September 18), establishing the European Credit System and the Grading System for official university degrees and their validity throughout the national territory.

- 0 - 4.9 Fail (F)
- 5.0 - 6.9 Pass (P)
- 7.0 - 8.9 Good (G)
- 9.0 - 10 Excellent (Ex)

The Honors mention may be awarded to students who have obtained a grade equal to or higher than 9.0. Their number may not exceed 5% of the students enrolled in a subject in the corresponding academic year, unless the number of enrolled students is fewer than 20, in which case only a single Honors mention may be granted.

4.2. Evaluation criteria

4.2.1. In-person criteria

Ordinary call	
Modalidad: Presencial	Ponderación
SE1 Attendance and participation	10%
SE2 Midterm exam	10%
SE3 Directed academic activities	30%
SE4 Final test	50%
Total	100%

Extraordinary call	
Modalidad: Presencial	Ponderación
SE1 Attendance and participation	10%
SE3 Directed academic activities	30%
SE4 Final test	60%
Total	100%

4.2.2. Online criteria

Ordinary call	
Modalidad: Presencial	Ponderación
SE5 Participation in forums and other tutored activities	15%
SE3 Directed academic activities	35%
SE4 Final test	50%
Total	100%

Extraordinary call	
Modalidad: Presencial	Ponderación
SE3 Directed academic activities	40%
SE4 Final test	60%
Total	100%

4.3. Restrictions

Minimum grade

In order to calculate the average with the previous weightings, it is necessary to obtain at least a grade of 5 in the final test. Likewise, it will be the lecturer's prerogative to request and evaluate again the practical sessions or written assignments if they have not been submitted on time, have not been passed, or if the student wishes to improve the grade obtained in the ordinary call.

Attendance

A student who, without justification, fails to attend more than 25% of the in-person classes may be deprived of the right to take the exam in the ordinary call.

Writing rules

Special attention will be paid in written assignments, practical sessions, and projects, as well as in exams, to both presentation and content, taking care of grammatical and spelling aspects. Failure to meet the acceptable minimums may result in points being deducted from said assignment.

4.4. Plagiarism warning

Antonio de Nebrija University will not tolerate plagiarism or copying under any circumstances. Reproduction of paragraphs from texts of authorship other than the student's own (Internet, books, articles, classmates' assignments...) will be considered plagiarism when the original source from which they come is not cited. The use of citations cannot be indiscriminate. Plagiarism is an offense.

If this type of practice is detected, it will be considered a Serious Misconduct and the sanction provided for in the Student Regulations may be applied.

4.5. Use of AI

The adoption of AI tools must be based on a transparent, responsible, ethical, and secure approach that fosters the development of students' digital skills:

- For any learning activity where the use of Generative AI is contemplated, the instructor shall specify the purpose and the requirements for its application.
- It is the student's responsibility to act transparently, ethically, and responsibly regarding the use of Generative AI, and to adhere to the application and assessment criteria established by the instructor for each activity.

Any fraudulent conduct involving the use of Generative AI—such as failure to follow the instructor's guidelines—will result in the sanctions stipulated in the Disciplinary Regulations.

5. BIBLIOGRAPHY

Basic Bibliography

Recommended Bibliography

Other resources

6. PROFESSOR'S DETAILS

Full Name	Dr. / Ms. / Mr.
Department	
Academic degree	
Email	@nebrija.es
Location	Campus of Communication and Arts in Madrid-San Francisco de Sales
Tutorial	Tutorial hours Contact the professor by email upon prior appointment request

Teaching, research and/or professional experience, as well as the professor's research applied to the subject, and/or professional application projects.	
--	--



Organización de la
comunicación empresarial

**Grado en Comunicación
Empresarial y Medios Digitales
2026-27**



UNIVERSIDAD
NEBRIJA

GUÍA DOCENTE

Asignatura: Organización de la comunicación empresarial

Titulación: Grado en Comunicación Empresarial y Medios Digitales

Carácter: Básica

Idioma: Español

Modalidad: Presencial / Virtual

Créditos: 6 ECTS

Curso: 2026-27

Semestre: 1º

Profesores/Equipo Docente: Dra./Dr. Dña./D.

1. RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Comprender la estructura organizativa y legal de la industria de la comunicación, así como los principios fundamentales de la comunicación institucional, corporativa y empresarial.
- Identificar las técnicas de ideación, creatividad y narrativa utilizadas en un producto de comunicación junto con las herramientas digitales empleadas para su desarrollo en el ámbito empresarial.
- Comprender las técnicas y procedimientos necesarios para elaborar trabajos académicos en el ámbito de la comunicación y la empresa.
- Conocer las claves, prácticas y variables fundamentales de la comunicación empresarial para formular estrategias de comunicación y posicionamiento.
- Comprender las técnicas de comunicación necesarias para gestionar relaciones con los públicos internos y externos, los agentes de la industria mediática y la propia empresa, así como la del sector con la sociedad.
- Demostrar la capacidad para interpretar y explicar la organización, la normativa y la estructura de la comunicación institucional, corporativa y empresarial en el contexto de la industria mediática.
- Aplicar las técnicas creativas y tecnológicas necesarias para el desarrollo de un producto de comunicación.
- Transmitir información, ideas, problemas y soluciones relativos al ámbito de la comunicación y la empresa mediática a un público tanto especializado como no especializado.
- Analizar los datos del mercado para la toma de decisiones en la elaboración de un plan de marketing en el ámbito de la industria mediática.
- Planificar y aplicar acciones de comunicación empresarial adaptadas a distintos grupos de interés, seleccionando los medios y plataformas más adecuados para optimizar la difusión y eficacia del mensaje.
- Detectar y valorar los procesos, dinámicas y agentes que intervienen en la industria mediática y en los sistemas de comunicación empresarial.
- Aplicar soluciones comunicativas que respondan a las demandas sociales incorporando los Objetivos de Desarrollo Sostenible, el respeto a la diversidad, los principios de accesibilidad universal y el diseño para todas las personas en el ejercicio profesional dentro del sector de la comunicación empresarial y los medios digitales.
- Ejecutar tareas y proyectos profesionales o académicos del ámbito de la industria de la comunicación empresarial y los medios, utilizando métodos y herramientas apropiadas.

2. CONTENIDOS

2.1 Requisitos previos

Ninguno

2.2. Descripción de los contenidos

Estudio de los modelos organizativos y funcionales de la comunicación en la empresa, abordando la estructura, los objetivos y las dinámicas de los departamentos de comunicación, así como su coordinación con otras áreas estratégicas de la organización. Se analizan las funciones y perfiles profesionales implicados en la gestión comunicativa, junto con los procesos de planificación, supervisión y evaluación de la comunicación empresarial. Incluye el análisis de la transformación digital de la comunicación organizacional, el uso de herramientas tecnológicas aplicadas a la gestión interna y externa y la consideración de la comunicación como un activo estratégico dentro de la gestión global y la cultura corporativa de la empresa.

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.

--

2.4 Actividades Dirigidas

Durante el curso se podrán desarrollar algunas de las actividades, prácticas, memorias o proyectos siguientes, u otras de objetivos o naturaleza similares que supondrán un xx% de la evaluación final, consistirán en:

3. ACTIVIDADES FORMATIVAS Y METODOLOGÍAS DOCENTES

3.1. Materia con carácter presencial

ACTIVIDADES FORMATIVAS	Horas totales	(% presencialidad) Horas presenciales (8-12)
AF1 Clases de teoría	15	15 (100%)
AF12 Clases prácticas	30	30 (100%)
AF2 Trabajo personal del alumno	90	0 (0%)
AF3 Tutorías	7.5	7.5 (100%)
AF4 Evaluación	7.5	7.5 (100%)
Total	150	60

3.2. Materia con carácter virtual

ACTIVIDADES FORMATIVAS	Horas totales	Horas virtuales sincronicas	Horas virtuales asincronicas
AF8 Clases de teoría virtuales	15	6 (40%)	9 (40%)
AF13 Clases prácticas virtuales	30	12 (40%)	18 (40%)
AF9 Trabajo personal del alumno a distancia	90	0 (0%)	0 (0%)
AF10 Tutorías virtuales	7.5	5.25 (70%)	2 (70%)
AF4 Evaluación a distancia	7.5	1.5 (20%)	6 (20%)
Total	150	24.7	35.3

4. SISTEMAS DE EVALUACIÓN

4.1 Sistemas de calificaciones

El sistema de calificaciones finales se expresará numéricamente, de acuerdo a lo dispuesto en el art. 5 del Real Decreto 1125/2003, de 5 de septiembre (BOE 18 de septiembre), por el que se establece el Sistema Europeo de Créditos y el sistema de Calificaciones en las titulaciones universitarias de carácter oficial y su validez en todo el territorio nacional.

- 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. Su número no podrá exceder de 5% de los alumnos matriculados en una materia en el correspondiente curso académico, salvo que el número de alumnos matriculados sea inferior a 20, en cuyo caso sólo se podrá conceder una sola Matrícula de Honor.

4.2 Criterios de evaluación

Convocatoria ordinaria	
Modalidad: Presencial	Ponderación
SE1 Asistencia, y participación	10%
SE2 Prueba parcial	10%
SE3 Actividades académicas dirigidas	30%
SE4 Prueba objetiva final	50%
Total	100%

Convocatoria extraordinaria	
Modalidad: Presencial	Ponderación
SE1 Asistencia, y participación	10%
SE3 Actividades académicas dirigidas	30%
SE4 Prueba final	60%
Total	100%

Convocatoria ordinaria	
Modalidad: Virtual	Ponderación
SE5 Participación en foros y otras actividades tutorizadas	15%
SE3 Actividades académicas dirigidas	35%
SE4 Prueba final	50%
Total	100%

Convocatoria extraordinaria	
Modalidad: Virtual	Ponderación
SE3 Actividades académicas dirigidas	40%
SE4 Prueba final	60%
Total	100%

4.3 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 y proyectos escritos, así como en los 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.

4.4 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. El uso de las citas 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.

4.5. Uso de la IA

La adopción de herramientas de IA debe basarse en un enfoque transparente, responsable, ético y seguro, que fomente el desarrollo de competencias digitales en el estudiantado:

- El profesor incluirá en cada actividad formativa que lo precise, si se contempla el uso de IA Generativa, con qué objetivo y los requisitos de aplicación de esta.
- Es responsabilidad del estudiante mostrar una conducta transparente, ética y responsable con el uso de IA Generativa, y adaptarse a los criterios de aplicación y evaluación dictados por el profesor en cada actividad.

La detección de cualquier conducta fraudulenta con respecto al uso de IA Generativa, no atendiendo a las indicaciones del profesorado, aplicará las sanciones previstas en el Reglamento Disciplinario

5 BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía básica

Bibliografía recomendada

Otros recursos

6. DATOS DEL PROFESOR

Nombre y Apellidos	Dra./Dr. / Dña. / D.
Departamento	
Titulación académica	
Correo electrónico	@nebrija.es
Localización	Campus de Comunicación y Artes en Madrid-San Francisco de Sales
Tutoría	Horario de tutoría Contactar con el profesor previa petición de hora por e-mail
Experiencia docente, investigadora y/o profesional, así como investigación del profesor aplicada a la asignatura, y/o proyectos profesionales de aplicación.	