Habilidades de comunicación

Grado en Comunicación Estratégica, Protocolo y Organización de Eventos 2026-27

UNIVERSIDAD NEBRIJA

GUÍA DOCENTE

Asignatura: Habilidades de comunicación

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

Carácter: Básica

Idioma: Español

Modalidad: Presencial / Virtual

Créditos: 6 ECTS

Curso: 2026-27

Semestre: 2º

Profesores/Equipo Docente: Dª. Inés Fernández Pandal

1. RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Conocer los fundamentos teóricos y prácticos del sector de la comunicación, el marketing y el protocolo en sus diferentes disciplinas.
- Identificar las herramientas de expresión oral y escrita, así como el proceso creativo que emplean en la comunicación estratégica y el protocolo.
- Comprender los conceptos estratégicos que se utilizan en el diseño y la producción de las diferentes tipologías de eventos.
- Utilizar las funciones y los procesos básicos de la comunicación, el marketing y el protocolo que se aplican en la construcción de una estrategia de comunicación y su viabilidad económica.
- Aplicar el conjunto de reglas sociales propias de las diferentes tipologías de actos protocolarios.
- Elaborar discursos o textos que cumplan con los objetivos de comunicación predefinidos.
- Ejecutar las fases de planificación y producción de un evento para su celebración de manera eficaz.
- Ejecutar las técnicas y procedimientos necesarios en la elaboración de la estrategia de comunicación de una empresa o institución.
- Construir mensajes de comunicación y la activación de marca.
- Realizar adecuadamente proyectos profesionales y académicos que se aplican en los sectores de la comunicación, el marketing y el protocolo en sus diferentes disciplinas.
- Ejecutar la planificación, la producción y la evaluación de un evento para resolver los objetivos fijados en el briefing.
- Diseñar planes de comunicación que respondan a las necesidades de comunicación interna y externa de una empresa o institución.

2. CONTENIDOS

2.1. Requisitos previos

Ninguno

2.2. Descripción de los contenidos

Técnicas de expresión, presentación, defensa y argumentación de una idea de manera oral. Correcto uso del lenguaje y aplicación de los principios fundamentales de la oratoria.

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.

Presentación de la asignatura:

La asignatura está diseñada para desarrollar las competencias comunicativas esenciales en el ámbito de la comunicación estratégica, el protocolo institucional y la gestión de eventos. A lo largo del curso se trabajará cómo comunicar con claridad, intención y eficacia, presentar campañas, proyectos y eventos con seguridad, e interactuar de forma profesional en contextos donde la comunicación resulta clave para generar confianza, reforzar la reputación y coordinar equipos y audiencias.

Asimismo, se potenciará la capacidad de adaptar los mensajes a diferentes públicos y situaciones, utilizando de forma adecuada la comunicación verbal, no verbal, visual y digital. El desarrollo de estas competencias se complementa con el fortalecimiento de habilidades como la escucha activa, la negociación y el trabajo en equipo, fundamentales para el desempeño profesional en el sector. Con un enfoque eminentemente práctico, el alumnado aplicará estos conocimientos en reuniones, presentaciones, defensas de proyectos, comunicación con clientes, organización de eventos y gestión de situaciones complejas, construyendo así una identidad comunicativa sólida, estratégica y coherente con las exigencias del entorno profesional.

Bloque 1 · Fundamentos de la comunicación estratégica

Este bloque establece las bases de la comunicación aplicada a proyectos, instituciones y eventos.

Tema 1. Comunicación humana y comunicación profesional

- Elementos del proceso comunicativo
- Comunicación interpersonal, institucional y corporativa
- Barreras y ruido comunicativo
- Comunicación en entornos estratégicos, creativos y de protocolo

Tema 2. Persuasión y construcción del mensaje

- Retórica aplicada a comunicación estratégica
- *Storytelling* y narrativa persuasiva en eventos y marcas
- Estructura del discurso eficaz
- Técnicas de claridad, síntesis y orden

Tema 3. Identidad comunicativa y estilo profesional

- Identidad verbal y tono institucional
- Registro profesional en protocolo y eventos
- Presencia, credibilidad y autenticidad
- Construcción de estilo propio

Bloque 2 · Comunicación oral y presentaciones profesionales

En este bloque se desarrollan las habilidades de exposición y defensa de proyectos estratégicos.

Tema 4. Hablar en público

- Gestión del miedo escénico
- Voz, dicción y ritmo
- Improvisación y espontaneidad
- Técnicas para captar y mantener la atención

Tema 5. Presentaciones eficaces

- Cómo estructurar un pitch estratégico
- Presentaciones comerciales, institucionales y creativas
- Diseño de apoyos visuales
- Errores frecuentes en exposiciones

Tema 6. Presentación de campañas y proyectos

- Defensa de ideas ante clientes o instituciones
- *Elevator pitch*
- Simulación de reuniones de agencia y protocolo
- Presentación de eventos y propuestas de producción

Bloque 3 · Comunicación no verbal y relacional

Este bloque aborda la dimensión interpersonal y no verbal de la comunicación en entornos profesionales.

Tema 7. Comunicación no verbal

- Lenguaje corporal
- Mirada, postura y gestualidad
- Uso del espacio y presencia escénica
- Coherencia verbal/no verbal

Tema 8. Escucha activa y comunicación interpersonal

- Escucha empática
- Feedback constructivo
- Comunicación asertiva
- Gestión de conflictos en equipos de eventos y comunicación

Tema 9. Negociación y comunicación persuasiva

- Técnicas básicas de negociación
- Comunicación con clientes, proveedores y stakeholders
- Manejo de objeciones
- Influencia y credibilidad

Bloque 4 · Comunicación digital y contenidos profesionales

Este bloque conecta la comunicación estratégica con los entornos digitales y la escritura aplicada.

Tema 10. Comunicación en entornos digitales

- Adaptación del mensaje a plataformas
- Comunicación en redes sociales
- *Personal branding* digital
- Estrategias de visibilidad profesional

Tema 11. Escritura profesional y creativa

- Emails profesionales y comunicación interna
- Copywriting básico
- Briefings y documentos estratégicos
- Titulares y mensajes de impacto

Metodología y enfoque práctico

- Exposiciones orales frecuentes
- Grabación y análisis de presentaciones
- Dinámicas de improvisación
- Debates y simulaciones
- Trabajo en equipo
- Análisis de textos y eventos reales

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.

- **Actividad Dirigida 1 (AD1):** Los alumnos, de manera individual, tendrán que escribir varios textos empleando estilos descriptivo, narrativo y creativo para convertirlos en un discurso oral.

- **Actividad Dirigida (AD2):** Ejercicio sobre habilidades oratorias. El alumno deberá elaborar un discurso con un tema a elegir preparado que tendrá que realizar ante la clase de manera oral haciendo uso de todas las herramientas estudiadas en la oratoria.

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 y práctica	45	45 (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

MATERIA CON CARÁCTER VIRTUAL	ACTIVIDADES FORMATIVAS	¿Es síncrona?	Horas totales	Horas de interactividad síncrona
	AF1 Clases de teoría y práctica	Sí	45	9 (20%)
	AF2 Trabajo personal del alumno	No	90	0 (0%)
	AF3 Tutorías	Sí	7,5	4,5(60%)
	AF4 Evaluación	Sí	7,5	1,5 (20%)
	Total		**150**	**15**

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 18de 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

Grijelmo, A. (2002) *La seducción de las palabras.* Madrid. Taurus.

Davis, F. (2012) *La comunicación no verbal*. Madrid. Alianza

Hofstadt R. y Van-der C.J. (2005). *El libro de las habilidades de Comunicación.* Madrid: Díaz de Santos.

Bordes, M. (2011). *Las trampas de Circe: falacias lógicas y argumentación informal*. Cátedra.

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

Weston, A. (2003). *Las claves de la argumentación*. Ariel.

Bibliografía recomendada

Booker, C. (2004). *The Seven Basic Plots: Why We Tell Stories*. Bloomsbury Academic.

Campo Vidal, M. (2013). *Comunicación eficaz para profesionales*. Conecta.

Cialdini, R. B. (2022). *Influencia: la psicología de la persuasión*. Harper Collins.

Hall, T. (2021). *Manual de escritura para persuadir: cómo poner a la gente de tu parte*. Berenice.

Leith, S. (2012). *¿Me hablas a mí? La retórica de Aristóteles a Obama*. Taurus.

Platin, C. (2015). *La argumentación*. Ariel.

Vicente, D. (2021). *El arte de escribir: manual de escritura creativa*. Berenice..

6. DATOS DEL PROFESOR/A

Nombre y Apellidos	Dª. Inés Fernández Pandal
Departamento	Publicidad
Titulación académica	- Licenciada en Periodismo - Licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas - Diploma en el Curso Radio y Televisión
Correo electrónico	ifernanp@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.	Licenciada en Periodismo, con diploma en Radio y Televisión, y Licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad Antonio de Nebrija, cuenta con una sólida formación académica con más de dos décadas de experiencia en el sector de la comunicación y la creatividad publicitaria. Comenzó su carrera profesional mientras finalizaba sus estudios universitarios, compaginando su último año de carrera con su primer contrato como directora de arte en Absolut Marbella, en Puerto Banús. Poco después, en 2004, se incorporó al recién creado Club de Creativos, donde fue parte clave en la organización del primer Día C de los Premios Nacionales de Creatividad, evento que hoy, veinte años después, se ha consolidado como el mayor encuentro profesional del sector en España. Durante dos décadas ejerció como Directora de Comunicación y Marca del Club, liderando la comunicación estratégica de la entidad y, en paralelo, desarrollando labores de dirección de arte y diseño de toda la identidad visual de la marca. Con una visión integral del sector publicitario, que combina comunicación, creatividad, diseño y estrategia, hace dos años se incorporó a la agencia Sra. Rushmore como Directora de Comunicación y Marca. Su trayectoria aúna visión estratégica, pensamiento creativo y un profundo conocimiento del funcionamiento real y actual de la industria publicitaria. Este mismo año recibió el Premio a la Trayectoria Profesional Alumni en el Festival NEA organizado por la Universidad Antonio de Nebrija.