

Gestión de la comunicación interna / Internal communication management

Grado en Comunicación Corporativa, Protocolo y Organización de Eventos

2026-27

UNIVERSIDAD NEBRIJA

GUÍA DOCENTE

Asignatura: Gestión de la comunicación interna / Internal communication management.

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

Curso académico: 2026-27

Carácter: Obligatoria

Idioma: Español / inglés

Modalidad: presencial / virtual

Créditos: 6

Curso: 2º

Semestre: 2º

Profesores/Equipo Docente: Dña. Carmen González Román

1. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

1.1. 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.
- Evaluar, tomar decisiones y planificar acciones relacionadas con el ámbito de la comunicación interna en la empresa.
- Demostrar el correcto uso del lenguaje oral y escrito.
- 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.
- Liderar eficazmente proyectos comunicativos, en el seno de la organización, asumiendo los principios de la responsabilidad social.
- Demostrar la capacidad de adaptación en entornos cambiantes.
- Identificar y manejar correctamente las herramientas de comunicación interna que pueden ser utilizadas en una organización así como de su evaluación y monitorización.

1.2. Resultados de aprendizaje

Aplicar las normas protocolarias a la elaboración de procedimientos protocolarios propios internos en empresas.

2. CONTENIDOS

2.1 Requisitos previos

Ninguno.

2.2 Breve descripción de los contenidos

Estudio de los elementos y conceptos básicos que intervienen en la comunicación interna y el espectro de modelo y maneras de comunicarse en la empresa. Conocimiento de las herramientas para auditar y evaluar la comunicación interna, establecer canales informativos y definir estrategias de comunicación. Análisis del modelo de gestión empresarial de los equipos de comunicación interna en la empresa, así como el perfil y funciones del responsable o director de dichos equipos.

Study of the basic elements and concepts that intervene in internal communication and model spectrum and types of business communication. Knowledge of the tools to audit and evaluate internal communication, establish information channels and define communication strategies.

2.3 Contenido detallado

Estudio de los elementos y conceptos básicos que intervienen en la comunicación interna y el espectro de modelo y maneras de comunicarse en la empresa. Conocimiento de las herramientas para evaluar la comunicación interna, establecer canales informativos, y definir estrategias de comunicación, reflejadas en un Plan integral de Comunicación interna. Análisis del modelo de gestión empresarial de los equipos de comunicación interna en la empresa, así como el perfil y funciones del responsable o director de dichos equipos.

Study of the basic elements and concepts that intervene in internal communication and model spectrum and types of business communication. Knowledge of the tools to audit and evaluate internal communication, establish information channels and define communication strategies.

TEMARIO

Módulo 1. Dirigir la comunicación interna en la empresa: el equipo en la organización.
1.1. Una herramienta estratégica del negocio: Cómo aportar valor a la organización.
1.2. Funciones del equipo de comunicación interna y el perfil de su responsable.
1.3. Comunicación interna: una cuestión de todos. La implicación de los mandos intermedios
1.4. Alianzas estratégicas dentro de la organización

Módulo 2. Propuesta de modelo de gestión empresarial de la Com. Interna
2.1. Integrar la C.I. en un modelo de comunicación y valores corporativos. Coherencia entre lo interno y lo externo.
2.2. Identificar públicos y grupos de interés en el ámbito de la Com. Interna
2.3. El empleado como embajador de la marca: ética y códigos de conducta hacia el exterior.

Módulo 3. Aplicación práctica y su instrumentación: el plan integral de Com. Interna.
3.1. Contenidos de la C.I.: diseño, elaboración y difusión. Escribir para el mundo digital.
3.2. Gestión de canales internos: de lo tradicional a lo digital.
3.3. Diseño e implantación del plan de comunicación interna.
3.4. Medir resultados y la aportación de valor.

Módulo 4. Cómo presentar el plan y las acciones de comunicación al servicio de los objetivos organizacionales (Módulo transversal)

2.4 Actividades Dirigidas

Durante el curso se desarrollará un trabajo individual y un trabajo en equipo formado por un máximo de tres alumnos; ambas actividades estarán ligadas a un objetivo previamente definido, y vinculadas a una visita a empresa / conferencia de profesional externo, experto en comunicación interna.

Actividad Dirigida 1 (AD1)
Visita a empresa / conferencia de profesional externo. Tras la misma, y basándose en un objetivo estratégico empresarial previamente definido, el alumno realizará en equipo la propuesta de un plan de comunicación interna (PCI) para el desarrollo de un acto interno con empleados.
El 75% de la nota final de la AD1 corresponderá al trabajo escrito y el 25% restante a la exposición oral del mismo. Será expuesto en grupo ante el resto de los alumnos.

Actividad Dirigida 2 (AD2)
Visita a empresa / conferencia de profesional externo. Tras la exposición de un caso real, el alumno elaborará individualmente un comunicado interno y sus adaptaciones a canales digitales de comunicación empresarial, diseñando su distribución en canales y soportes internos.

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 (RD 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 "Matrícula de Honor" (MH) 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	20%
SE3	Actividades académicas dirigidas	20%
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 y la redacción cuidada, atendiendo a los criterios de claridad y comprensión exigibles al ejercicio profesional del comunicador.

El incumplimiento de los mínimos exigibles puede ocasionar la resta de puntos en dicho trabajo.

3.4. Advertencia sobre plagio

La Universidad Nebrija no tolerará en ningún caso el plagio o copia. Se considerará plagio la reproducción de párrafos a partir de textos de autoría 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, a demostrar, está considerado un delito contra la propiedad intelectual tipificado en el artículo 270.2 del Código Penal español. En caso de detectarse este tipo de prácticas, se considerará falta Grave y podrá aplicarse la sanción prevista en el Reglamento del alumno, procediéndose asimismo a su denuncia ante las autoridades competentes.

3.5. 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.

4. BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía básica

- **Cuenca, J. y Verazzi, L. (2018).** *Guía fundamental de la comunicación interna*. Barcelona: Editorial UOC.
- **Dircom (2021).** *Manual de Comunicación Interna*. Madrid: Asociación de Directivos de Comunicación.
- **Formanchuk, A. (2016).** *Comunicación interna 2.0. Un desafío cultural*. Buenos Aires: Granica.
- **Aced, C. (2020).** *Relaciones públicas 2.0. Cómo gestionar la comunicación corporativa en el entorno digital* (2.ª ed.). Barcelona: Editorial UOC.

Bibliografía recomendada

- **Welch, M. y Jackson, P. R. (2015).** *Developing a Conceptual Framework for Internal Communication*. Londres: Routledge.
- **Del Pozo Lite, M. L. (2021).** *La nueva era de la comunicación empresarial: creativa, estratégica y digital*. Madrid: Real Academia Europea de Doctores.

5. DATOS DEL PROFESOR

Nombre y Apellidos	Dña. Carmen González Román
Departamento	Publicidad
Titulación académica	Licenciado en Comunicación Audiovisual. -CC de la Información Máster en Narrativa. Escuela de Escritores (2019 / 2021) Máster en Educación Artística y arteterapia para la Inclusión Social (UAM 2024 / 2026)
Correo electrónico	mgonzalezro@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.	Exdirectora de Comunicación Interna en Banco Santander España, labor que ejerció hasta 2015. Profesora de Empresa Informativa en la Fac. de CC de la Información (Univ. Complutense de Madrid). Profesora de Estrategias de comunicación en EAE Business School (2012/13), Coordinadora del Máster en Comunicación Corporativa y Marketing Digital en NEXT Educación. Subdirectora de la escuela de negocios, NEXT Educación, hasta 2021. Coautora del libro "*Conectar negocio y personas: experiencias y tendencias en comunicación interna*" (Estudio de Comunicación). Miembro del Foro de Comunicación interna