Plan de Comunicación estratégica

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



UNIVERSIDAD NEBRIJA

GUÍA DOCENTE

Asignatura: Plan de Comunicación estratégica

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

Carácter: Obligatoria

Idioma: Español

Modalidad: Presencial / Virtual

Créditos: 6 ECTS

Curso: 2026-27

Semestre: 1º

Profesores/Equipo Docente: Dr. D. Javier Chivite Fernández

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

Diseño integral de planes de comunicación que articulen objetivos corporativos, públicos clave, mensajes y canales de difusión. Se incorporan herramientas de análisis, planificación y evaluación, así como el estudio de casos reales, para entrenar al estudiante en la elaboración de estrategias multicanal y en la gestión coordinada de la comunicación externa, interna, digital, institucional y experiencial. Elaboración de

briefings, mapas de públicos, cronogramas y matrices de evaluación, con el fin de asegurar la coherencia y efectividad de las acciones de comunicación.

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:

El objetivo fundamental de la asignatura es que los alumnos sean capaces de comprender y elaborar un Plan de Comunicación Estratégica referido a una empresa concreta, utilizando para ello los eventos, la presencia en medios y la participación en redes.

Tema 1.- La Comunicación Estratégica. Conceptos Generales

- Evolución de la comunicación institucional y corporativa
- Tendencias en la comunicación estratégica
- El dircom

Tema 2.- Por qué tiene que haber un Plan de Comunicación

- Las relaciones con los medios de comunicación
- La estrategia como negociación en la Comunicación
- Comunicación intermediada y desintermediada
- La Comunicación Interna

Tema 3.- Las Herramientas de Comunicación

- La relación con los periodistas.
- Notas de Prensa
- Ruedas de Prensa
- Dossier de Prensa
- Convocatoria de prensa
- Otras herramientas

Tema 4.- El Plan de Comunicación Estratégica

- Análisis
- Objetivos
- Estrategia
- Presupuesto
- Cronograma
- Evaluación de resultados

Tema 5.- La Comunicación de Crisis

- Plan preventivo de Comunicación de Crisis
- Gabinete de Crisis
- Ejemplos prácticos

Tema 6.- La burbuja de las Redes Sociales

- Facebook y Twitter
- El algoritmo en las RRSS

Tema 7.- El *branded content*

- Nuevas formas de ofrecer contenidos
- La imagen como referente. Notoriedad.

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.

PRUEBA PARCIAL: Los alumnos elegirán un *influencer* en redes sociales y seguirán su actividad durante una semana. Deberán observar cuáles son sus publicaciones, el lenguaje que utiliza, los elementos gráficos que elige, y si sus contenidos son patrocinados o no. Y posteriormente realizar un informe valorativo de su actividad.

Este trabajo es individual.

El parcial consistirá en una primera parte teórica donde se abordará el concepto de redes sociales y eventos, y una segunda parte en el que se analizará la actividad del *influencer*.

Este trabajo tendrá que exponerlo cada alumno de manera individual en clase sin apoyo de imagen. El tiempo de la presentación será de 5 minutos como máximo. La nota final del parcial (10%) será la media entre la calidad del trabajo escrito y la presentación.

ACTIVIDAD DIRIGIDA: Los alumnos deberán realizar un ensayo acerca de la comunicación de una crisis.

Se trata de un trabajo individual.

Habrá una primera parte más teórica y una segunda donde se analizará una crisis en concreto y de qué manera se gestionó la resolución de la crisis desde el punto de vista de la comunicación.

Este trabajo tendrá que exponerlo cada alumno de manera individual en clase sin apoyo de imagen. El tiempo de la presentación será de 5 minutos como máximo. La nota final de la actividad dirigida (30%) será la media entre la calidad del trabajo escrito y la presentación.

PRUEBA FINAL: Los alumnos deberán elaborar un Plan de Comunicación por grupos y exponerlo en clase el día del examen final que se marque oficialmente desde la Universidad. (50% de la nota final). En este caso, los alumnos podrán apoyarse en una presentación. El tiempo máximo de la exposición será de 10 minutos.

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

Plan de Comunicación:

San Juan, Miguel Ángel (2023*). Comunicación, Branding y Eventos Corporativos*. Madrid. Ra-Ma Editorial

Merino Bobillo, María y Sánchez Valle, María (2020). *Comunicación corporativa: estrategia e innovación.* Madrid: Editorial Síntesis.

Fuente Lafuente, Juan Luis y Herrero, Julio César (2011). *La comunicación en el protocolo*. Oviedo. Ediciones Protocolo.

Aljure Saab, Andrés (2015). *El Plan Estratégico de Comunicación*. Barcelona. Editorial UOC.

Comunicación de Crisis:

Paniagua Gallart, C. (2012). Una historia de la comunicación de crisis en España. *Revista ICONO14 Revista Científica De Comunicación Y Tecnologías Emergentes*, *8*(2), 3-24. https://doi.org/10.7195/ri14.v8i2.243

MM Rodríguez González, I Marauri Castillo, MJ Cantalapiedra González (2013): “La política de comunicación proactiva de las instituciones públicas para combatir crisis”, en Revista Latina de

Comunicación Social, 68. La Laguna (Tenerife): Universidad de La Laguna, páginas 457 a 484, recuperado el 19 de agosto de 2020, de http://www.revistalatinacs.org/068/paper/985_Bilbao/19_Cantalapiedra.html

ENRIQUE, Ana Mª. "La gestión de la comunicación en situaciones de crisis. El caso de la compañía United Biscuits en la crisis de Fontaneda". Comunicación y sociedad. 2008 vol. XXI,núm.2, p.35-56.
https://dadun.unav.edu/bitstream/10171/8499/1/20100628162823.pdf

García Santamaría, J.V. (2010): "Crisis del periodismo de fuentes. Las prácticas del periodismo en España en el accidente de Spanair", en *Revista Latina de Comunicación Social*, 65. La Laguna (Tenerife): Universidad de La Laguna, páginas 516 a 537 recuperado el 20 de agosto de 2020 de:
http://www.revistalatinacs.org/10/art3/916_UC3M/38_Santamaria.html

Bibliografía recomendada

Vázquez Burgos, Miguel Ángel (2004). *El profesional de las relaciones externas*. Madrid. Editorial Bosch.

Cuadrado Esclápez, Carmen (2015). *Protocolo y comunicación en la empresa y los negocios*. Madrid. Fundación Confemetal.

Webgrafía

Comunicación Estratégica
https://www.youtube.com/watch?v=F2Ucw-Hpek0

Campofrío y su crisis con el incendio de la fábrica de Bureba
https://www.youtube.com/watch?v=_IXfuW29MXI

6. DATOS DEL PROFESOR/A

Nombre y Apellidos	Dr. D. Javier Chivite Fernández
Departamento	Publicidad
Titulación académica	Doctor en Periodismo por la UCM. Acreditado por ANECA
Correo electrónico	jchivite@nebrija.es
Localización	Campus de Comunicación y Artes en Madrid-San Francisco de Sales
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	Javier Chivite Fernández es profesor universitario desde el año 2005. Ha impartido asignaturas relacionadas con la *Comunicación Corporativa*, los *Géneros Periodísticos*, *Historia del Periodismo*, *Habilidades de Comunicación* y *Comunicación en los Eventos*. Sus investigaciones se centran en torno a la vigencia de los géneros periodísticos en la actualidad, la crónica de viajes como género híbrido entre la literatura y el periodismo, la comunicación de crisis, la portavocía y la manipulación de la imagen para conseguir fines propagandísticos. Es doctor en Periodismo por la Universidad Complutense de Madrid y está acreditado por la ACAP. Ha trabajado en la Universidad Camilo José Cela, en ISEMCO y ha colaborado con la UCM, la UAM y la URJC. Desde el año 2020 es profesor de la Facultad de Comunicación y Artes de la Universidad Nebrija. Desde el año 2008 desarrolla su labor en el mundo del periodismo como portavoz del Centro de Emergencias 112 de la Comunidad de Madrid. Está en posesión de la *Medalla al Mérito de Protección Civil en la categoría de Bronce y con distintivo Blanco* concedida por la Dirección General de Protección Civil y Emergencias del Ministerio del Interior en 2018 al equipo de comunicación de Emergencias 112 Comunidad de Madrid. Desde el año 1997 es miembro de la Asociación de la Prensa de Madrid.