



Diseño y planificación de campañas  
de comunicación institucional I:  
Sociedad, públicos, tendencias  
estratégicas y procesos de creación

**Máster Universitario en Comunicación  
Política y Gestión de crisis y  
Emergencias  
2022-23**



UNIVERSIDAD  
**NEBRIJA**

## GUÍA DOCENTE

**Asignatura:** Diseño y planificación de campañas de comunicación institucional I:

sociedad, públicos, tendencias estratégicas y procesos de creación

**Titulación:** Máster Universitario en Comunicación Política y Gestión de crisis y Emergencias

**Curso Académico:** 2022-23

**Carácter:** Obligatoria

**Idioma:** Castellano

**Modalidad:** **Presencial** / A distancia

**Créditos:** 3

**Curso:** 1º

**Semestre:** 1º

**Profesores/Equipo Docente:** D<sup>a</sup>. Nuria Bravo Diego

## 1. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

### 1.1. Competencias

- Analizar las necesidades sociales y determinar el público objetivo para aplicar los procesos de creación de una campaña de comunicación
- Aplicar los conocimientos adquiridos en el contexto general de las organizaciones, tanto del ámbito público como privado y, de manera especial, en la comunicación política y gestión de crisis y emergencias.
- Demostrar la autonomía necesaria para adaptarse a un entorno cambiante y con múltiples desafíos, propios del campo de la comunicación política.
- Controlar las técnicas y dinámicas que se aplican en la comunicación política y en la gestión de crisis y emergencias.
- Resolver problemas y tomar decisiones eficaces ante problemas planteados y situaciones de alto nivel competitivo en el entorno de la comunicación política
- Utilizar el trabajo en equipo de forma eficaz en el contexto de la comunicación política y gestión de crisis y emergencias.
- Controlar las herramientas digitales necesarias para las estrategias en procesos electorales, situaciones de crisis y emergencias de empresas privadas, instituciones públicas y organizaciones no gubernamentales.

### 1.2. Resultados de aprendizaje

Diseñar una campaña de comunicación institucional, atendiendo las necesidades sociales, determinando el público de alcance e incorporando las tendencias estratégicas y los procesos de creación

## 2. CONTENIDOS

### 2.1. Requisitos previos

Ninguno.

### 2.2. Descripción de los contenidos

Análisis del objetivo y de la audiencia, contexto y situaciones anexas a la campaña, con el fin de informar e influir en la conducta de sociedades con fines no comerciales. Identificar las principales

teorías que influyen en el planteamiento persuasivo de las campañas de comunicación institucional.

### **2.3. Contenido detallado**

Esta asignatura pretende ofrecer los conocimientos para poder entender y gestionar la comunicación institucional desde una perspectiva práctica, que permitirá a los alumnos construir sus propias estrategias en este ámbito, afrontar las situaciones de crisis que puedan encontrar en su trayectoria profesional y generar marcas.

- 1. INTRODUCCIÓN COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL Y PODER**
- 2. GABINETES DE COMUNICACIÓN**
- 3. HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN**
- 4. MEDIOS DE COMUNICACIÓN**
- 5. FORMACION DE PORTAVOCES**
- 6. LA POLÍTICA A TRAVÉS DE ACTOS**
- 7. CAMPAÑAS ELECTORALES**
- 8. CREACIÓN DE CANDIDATOS**
- 9. COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL DE CRISIS**
- 10. COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL DEPORTIVA**

#### **Actividades Dirigidas**

Las clases tendrán un contenido práctico, por lo que se realizarán ejercicios constantes de construcción de estrategias y generación de marca.

Opcionalmente, se plantearán visitas institucionales a diferentes entidades que permitan conocer las dinámicas de la comunicación en estos ámbitos.

#### **Actividad dirigida 1.**

Durante las clases se propondrán diversos ejercicios vinculados con la temática impartida, de tal manera que, en cada una de ellas deberán realizar un ejercicio de creación asociado a campaña electoral, medios de comunicación, comunicación de crisis, etc.. que supondrá un 30 por ciento de la nota final.

#### **Actividades dirigidas 2**

En este caso, se tendrá en cuenta la asistencia a las actividades propuestas, así como la interacción con los ponentes/portavoces de las mismas. Estas actividades supondrán un 10 por ciento de la nota final.

#### **Examen final**

El examen será una prueba práctica de los conocimientos adquiridos en la asignatura, de tal manera que se planteará la creación de una marca institucional con todos los aspectos fundamentales que se han abordado durante el curso. La calificación de este ejercicio supondrá un 50 por ciento de la nota final.

## 2.5. Actividades formativas

Modalidad Presencial:

Código	Actividad formativa	Horas	Porcentaje de presencialidad
AF1	Clases de teoría y práctica	180	100%
AF2	Trabajo personal del alumno	300	0%
AF3	Tutoría	60	50%
AF4	Evaluación	60	100%
		600	

Modalidad a distancia:

Código	Actividad formativa	Horas	Porcentaje de presencialidad Sincrona
AF1	Clases de teoría y práctica	120	0%
AF2	Trabajo personal del alumno	300	0%
AF3	Tutoría	60	0%
AF4	Evaluación	120	13%
		600	

## 2.6. Metodología docente

Código	METODOLOGÍA DOCENTE	DESCRIPCIÓN
MD1	Método expositivo	Exposición por parte del profesor de los contenidos de cada tema por medio de explicaciones y presentaciones en las que se promueve la participación del estudiante.
MD2	Aprendizaje autodirigido	El alumno deberá realizar trabajos o proyectos (individuales o en grupo) que le ayuden a adquirir las competencias y los conocimientos teórico-prácticos de la asignatura.
MD3	Estudio de casos	Análisis de casos que generen un diálogo sistemático y ordenado sobre situaciones y circunstancias reales con fines de aprendizaje. El alumno aprende por descubrimiento, no sólo por recepción, ejercitando su pensamiento creativo y crítico. Requiere el asesoramiento y seguimiento por parte del profesor
MD4	Aprendizaje basado en proyectos	Aprendizaje basado en la simulación de situaciones profesionales. Bajo un objetivo y con unos recursos, el alumno debe resolver

		una situación que se asemeje a una situación real de la vida profesional. El alumno aprende por descubrimiento, no sólo por percepción, desarrollando sus habilidades sociales, el trabajo en equipo, el liderazgo, la disciplina y la solidaridad. Requiere el asesoramiento y seguimiento por parte del profesor.
MD5	Taller	Aprendizaje basado en una metodología eminentemente práctica aplicada a la realización de trabajos pre-profesionales bajo la orientación del profesor. El estudiante aprende por descubrimiento y por el seguimiento y feed-back del profesor sobre sus errores o aciertos, ejercitando el pensamiento creativo del alumno, su capacidad de autocrítica y autoexigencia.
MD6	Documentación e investigación	Elaboración de informes en los que el alumno debe recurrir a documentación específica, recursos bibliográficos, recopilación de datos, análisis de estudios e informes, etc., para la redacción de documentos y explicación de conclusiones.
MD7	Aprendizaje instrumenta	Aprendizaje a través del uso de herramientas específicas para el ejercicio profesional.

Modalidad presencial: MD1; MD2; MD3; MD4; MD5; MD6; MD7

Modalidad a distancia: MD1; MD2; MD3; MD4; MD5; MD6; MD7

### 3. SISTEMA DE EVALUACIÓN

#### 3.1. Sistema 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.

### 3.2. Criterios de evaluación

#### Convocatoria ordinaria

Modalidad: Presencial

Sistemas de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
SE1.Asistencia y participación	10%	10%
SE2.Actividades académicas dirigidas	40%	40%
SE3.Prueba final presencial	50%	50%

Modalidad: A distancia

Sistemas de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
SE1.Asistencia y participación	10%	10%
SE2.Actividades académicas dirigidas	30%	30%
SE3.Prueba final presencial	60%	60%

#### Convocatoria extraordinaria

Modalidad: Presencial

Sistemas de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
SE2.Actividades académicas dirigidas	40%	40%
SE3.Prueba final presencial	60%	60%

Para poder hacer media con las ponderaciones anteriores será necesario obtener al menos una calificación de 5 en la prueba final presencial.

Modalidad: A distancia

Sistemas de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
SE2.Actividades académicas dirigidas	40%	40%
SE3.Prueba final presencial	60%	60%

Para poder hacer media con las ponderaciones anteriores será necesario obtener al menos una calificación de 5 en la prueba final presencial.

### 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.

#### 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.

### **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. 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. BIBLIOGRAFÍA**

#### Bibliografía Básica

- Cómo se gana el poder. José Luis Sanchís
- La Comunicación No verbal. Mark L. Knapp
- El Príncipe. Nicolás Maquiavelo
- La Espiral del Silencio. Elisabeth Noelle Neuman.
- The Blair Years.
- En la campaña de Obama. Jordi Pérez Colomé

#### Otros recursos

##### Series

- House of Cards.
- Borgen

## 5. DATOS DEL PROFESOR

Nombre y Apellidos	Nuria Bravo Diego
Departamento	Comunicación
Titulación académica	Licenciada en Ciencias de la información y Licenciada en Ciencias Políticas
Correo electrónico	@nebrija.es
Localización	Campus de Princesa. C/ Sta. Cruz de Marcenado, 27 28015 Madrid
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 Ciencias de la Información, rama Periodismo. Licenciada en Ciencias Políticas. Experta en dirección de comunicación institucional con 19 años de experiencia en gobierno e instituciones, así como en el ejercicio del periodismo activo en medios de comunicación nacionales. Especialista en comunicación política y deportiva y en la difusión de grandes eventos (selecciones nacionales, fútbol femenino), lanzamiento de start up y formación de portavoces. Colaboradora en Master Ejecutivo de Organizaciones Deportivas (MEMOS) y en el Programa ejecutivo FIFA/CIES de gestión del deporte.