DATOS GENERALES DE LA ASIGNATURA

ASIGNATURA: Estrategias de Asesoramiento y Comunicación Institucional
PLAN DE ESTUDIOS: Máster Universitario en Organización y Comunicación de Eventos (OMA-EVENTOS)
GRUPO: 2526-O1
CENTRO: Facultad de Ciencias Sociales
CARÁCTER DE LA ASIGNATURA: Obligatoria (OB)
ECTS: 6,0
CURSO: 1º
TEMPORALIDAD: 2º Semestre
IDIOMA EN QUE SE IMPARTE:
Castellano, excepto las asignaturas de idiomas que se impartirán en el idioma correspondiente

DATOS DEL DOCENTE

NOMBRE Y APELLIDOS: JORGE FERNANDO ABAURREA VELARDE
EMAIL: jabaurrea@uemc.es
TELÉFONO: 983 00 10 00

CV DOCENTE:

- Doctor en Comunicación Audiovisual, Publicidad y Relaciones Públicas. Doctorando en Marketing.
- Licenciado en Comunicación Audiovisual.
- Postgrado en protocolo y ceremonial: técnicas de organización de actos
- Profesor asociado en la UCM para los grados de Periodismo y Publicidad y Relaciones Públicas.
- Profesor del Master propio UCM en Transparencia y Acceso a la Información Pública.
- Profesor en el Master en Imagen Pública, Dirección de Eventos y Protocolo, UEMC
- Profesor en la Escuela Complutense de Verano de la UCM.
- Profesor en el diplomado en desinformación, fake news y procesos electorales. Jurado Nacional de Elecciones. Perú.
- Docente en el Curso *Comunicación, desinformación y campañas electorales: Claves prácticas para una respuesta jurídica. Cámara de Diputados. México.*

CV PROFESIONAL:

- Marketing Program Manager en El Corte Inglés.
- Jefe de proyecto en My Oxford English (Oxford University).
- Autor de cursos de formación para Anaya. -
- International Expansion & Business Intelligence en Bodaclick.com
- Producción de TV / cine (Antena 3, Cortometrajes) /
- Gabinete de comunicación, protocolo y marketing (UCM)
- Organización de Fase de Clasificación del Campeonato del Mundo de Rugby a 7
- Organización de torneos, festivales, seminarios...
- Propietario de Agencias de Publicidad, Producción y Marketing

CV INVESTIGACIÓN:

- Miembro del grupo de investigación REGULACIÓN JURÍDICA Y PARTICIPACIÓN DEL CIUDADANO DIGITAL.
- Director ejecutivo del Master de Patrimonio Audiovisual, la cátedra Monnet ModernTimes y el grupo de investigación (SNDisorders) Garantías Frente a la desinformación en procesos electorales. Ciberseguridad y otros desórdenes informativos en redes.
- Autor de más de una veintena de libros sobre Internet, Redes sociales, Fotografía... para editoriales como Microsoft Press, Adobe Press, Apple Press o Anaya.

- Proyecto de Innovación docente: EL CINE COMO HERRAMIENTA DE APRENDIZAJE. Diseño y desarrollo de una base de datos de cine para enseñar y aprender Derecho Constitucional para alumnos de Ciencias de la Información

DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

DESCRIPTOR DE LA ASIGNATURA:

La asignatura **Estrategias de Asesoramiento y Comunicación Institucional** busca transformar la visión del organizador en la de un consultor estratégico, alineando la logística con el propósito corporativo. Se hace un recorrido por las metodologías que convierten el evento en una herramienta de gestión directiva. Arrancaremos la asignatura definiendo la identidad y el relato transmedia, e iremos avanzando por el entrenamiento de portavoces y la escenografía de poder. Seguiremos con la gestión del entorno, abordando el mapa de *stakeholders*, la comunicación interna y la seguridad reputacional frente a crisis. Tras asentar los protocolos de defensa y proyección, continuaremos con la validación de resultados. El cierre de la asignatura se lo dedicaremos a la medición de intangibles, donde veremos las claves y métricas para demostrar el valor real ante la alta dirección.

CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA:

1. **Bloque** : General
    1. De la organización a la estrategia : Este bloque sienta las bases estratégicas, diferenciando la logística (táctica) de la consultoría (estrategia). Se centra en la necesidad de la reflexión previa, el análisis del entorno (PESTEL, DAFO) y la definición de la identidad corporativa (Misión, Visión y Valores) para asegurar que cada evento tenga un propósito claro y alineado con la organización.General
    2. Construcción del relato y narrativa transmedia : GeneralAborda cómo dotar de contenido al evento transformando el branding en una historia poderosa (storytelling). Se trabaja en la creación de mensajes clave (argumentarios), el diseño de un "lore" o mito fundacional para la marca y la coherencia narrativa a través de diferentes canales (transmedia) antes, durante y después del acto.
    3. Entrenamiento de portavoces y escenografía estratégica : Se enfoca en la puesta en escena y el papel del líder como mensaje. Trata sobre la preparación de los portavoces (media training), la estructura de sus discursos y cómo la escenografía, el vestuario y el lenguaje no verbal actúan como herramientas de comunicación que refuerzan o contradicen el mensaje verbal.General
    4. Relaciones institucionales y gestión de stakeholders : Analiza la gestión política y social del evento. Diferencia el protocolo normativo de la estrategia de relacionamiento, enseñando a identificar y gestionar a los grupos de poder (stakeholders) mediante mapas de influencia y técnicas de lobbying, así como a diseñar interacciones estratégicas de networking.
    5. Comunicación interna y employee advocacy : Centrado en el público interno, este tema explora el evento como herramienta de gestión del cambio y cohesión. Enseña a convertir a los empleados en embajadores de marca (employee advocacy), gestionando el clima laboral y utilizando dinámicas de participación para alinear a la plantilla con los objetivos corporativos.
    6. Seguridad reputacional y comunicación de crisis : Prepara al alumno para proteger la marca cuando las cosas salen mal. Cubre la diferencia entre riesgos operativos y reputacionales, la creación de manuales de crisis, la relación con medios en situaciones hostiles y la defensa ante nuevas amenazas como las fake news o el ciberactivismo.
    7. Medición de intangibles y reputación corporativa : Cierra el ciclo enfocándose en la demostración del valor generado. Se distingue entre ROI (financiero) y ROO (objetivos), y se presentan herramientas para medir activos intangibles como la confianza y la autoridad (ej. modelos RepTrak), finalizando con las claves para presentar informes ejecutivos a la alta dirección.

OBSERVACIONES DEL CONTENIDO DE LA ASIGNATURA:

La asignatura **Estrategias de asesoramiento y comunicación institucional** busca dar a conocer las claves estratégicas que hay detrás de un acto corporativo y cómo desarrollar diversas tácticas que trascienden la mera

logística. Se hace un recorrido por los distintos elementos, protocolos y herramientas que pueden ser de ayuda para el desarrollo y la consolidación de la reputación organizacional.

Arrancaremos la asignatura exponiendo la **estrategia institucional**, e iremos avanzando por la construcción del **relato y la narrativa transmedia**. Seguiremos con el **entrenamiento de portavoces**, para dar paso a la gestión del **mapa de poder** y las relaciones con los grupos de interés. Tras asentar unos conocimientos suficientes sobre los apartados antes referidos, continuaremos con lo que hemos denominado la **defensa de la marca**, donde analizaremos la **comunicación interna** y la **gestión de crisis**. El cierre de la asignatura se lo dedicaremos a la **auditoría de resultados**, donde realizaremos un repaso a los modelos de medición y veremos claves y técnicas para demostrar el valor generado.

- Estrategia institucional y propósito (Misión, Visión y Valores).
- Construcción del relato y portavocía.
- Comunicación interna y *employee advocacy*.
- Seguridad reputacional y gestión de crisis.
- Medición de intangibles y *reporting* ejecutivo.

RECURSOS DE APRENDIZAJE:

Los recursos de aprendizaje que se utilizarán en todas las asignaturas de la titulación (salvo las prácticas externas) para facilitar el proceso de enseñanza-aprendizaje, son:

- Campus online de la UEMC (Open Campus)
- Plataforma de Webconference (Zoom work place)

Las comunicaciones con el profesor serán a través de Open Campus vía Mi correo, Tablón o/y Foro.

COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE A ADQUIRIR POR EL ALUMNO

COMPETENCIAS BÁSICAS:

- RD 822/2021. Según el Real Decreto 822/2021, el marco competencial del título se concreta en los resultados de aprendizaje de cada materia y asignatura.

COMPETENCIAS GENERALES:

- GC1. Competencia para desarrollar con efectividad un evento. Esta competencia implica la capacidad de planificar, organizar y coordinar todos los aspectos relacionados con la realización de eventos, desde la conceptualización hasta la ejecución y evaluación.
- GC2. Competencia para desarrollar una comunicación efectiva. Esta competencia implica la capacidad de desarrollar y ejecutar estrategias de comunicación efectivas, tanto internas como externas, para instituciones u organizaciones, con el objetivo de transmitir mensajes claros y coherentes.
- GC3. Competencia en márketing y branding. Esta competencia implica desarrollar habilidades en marketing y branding para identificar oportunidades de promoción, desarrollar eventos y posicionar la marca o mensaje de la institución u organización de manera coherente con sus objetivos de comunicación.
- RD 822/2021. Según el Real Decreto 822/2021, el marco competencial del título se concreta en los resultados de aprendizaje de cada materia y asignatura

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- RD 822/2021. Según el Real Decreto 822/2021, el marco competencial del título se concreta en los resultados de aprendizaje de cada materia y asignatura.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE:

El alumno será capaz de:

- SbC2.1 Promover una comunicación interna efectiva dentro de la organización.

- SbC2.2 Anticipar y manejar crisis de comunicación de manera efectiva, protegiendo la reputación de la institución u organización.
- C2.1 Conocer estrategias de comunicación para mejorar la imagen pública.
- C2.2 Conocer técnicas de comunicación oral y tipos de presentaciones según los diferentes contextos de actuación: reuniones, actos, eventos.
- C2.3 Conocer técnicas de comunicación escrita atendiendo a los diferentes códigos de aplicación según los medios digitales.
- C2.4 Conocimiento de las diferentes técnicas de relación con los medios de comunicación.
- C2.6 Conocer el papel del Dircom y el funcionamiento de las agencias de comunicación.
- H2.1 Planificar un discurso oral para diferentes audiencias y contextos.
- H2.2 Elaborar textos específicos para medios digitales.
- H3.1 Planificar acciones que lleven al desarrollo de una estrategia de marca.
- H3.3 Asesorar sobre actitudes y aptitudes para fortalecer la imagen pública en eventos y actos públicos.
- CT1.3 Realizar la actividad profesional respetando los derechos y deberes deontológicos propios del ámbito profesional.
- CT2.1 Expresarse de forma creativa en un discurso oral y escrito atendiendo a la variedad de contextos.
- CT3.1 Identificar los problemas de una organización y aplicar soluciones para solventar los mismos.

BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS DE REFERENCIA GENERALES

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:

- David A Aaker (2008): Cómo construir marcas poderosas. Gestión2000. ISBN: 9788480886734
- Alloza, A., Carreras, E. y Carreras, A. (2013): Reputación corporativa. . ISBN: 9788483567210
- Capriotti, P. (2009): Branding corporativo: Fundamentos para la gestión estratégica de la identidad corporativa. Business School Universidad Mayor. ISBN: 9789567459322
- Sotelo Enríquez, C. (2001): Introducción a la comunicación institucional. Ariel. ISBN: 9788434412835

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA:

- Andy Stalman (2020): Totem. Deusto. ISBN: 978-8423431557

WEBS DE REFERENCIA:

Web / Descripcion

Web de marcas(http://brazai(http://www.branzai.com))
Web de marcas

Andy Stalman(https://andystalman.com/)
Uno de los mejores especialistas enbranding del mundo

Coporate Excellence(http://corporateexcellence.org)
Referencia para reputación e intangibles

Asociación de directivos de comunicación(https://www.dircom.org/)
Tendencias del sector

OTRAS FUENTES DE REFERENCIA:

Casos vistos en las clases

PLANIFICACIÓN DEL PROCESO DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE DE LA ASIGNATURA

METODOLOGÍAS:

Se describe a continuación la metodología aplicada

MÉTODO DIDÁCTICO:

El papel del profesor cobra importancia a través de la impartición de clases magistrales en tiempo real por videoconferencia que podrá utilizar para explicar los contenidos teóricos, resolver dudas que se planteen durante la sesión, ofrecer retroalimentación sobre las actividades de evaluación continua o realizar sesiones de tutoría de carácter grupal.

MÉTODO DIALÉCTICO:

Se caracteriza por la participación de los alumnos en las actividades de evaluación continua de debate y la intervención de éstos a través del diálogo y de la discusión crítica (seminarios, grupos de trabajo, etc.). Utilizando este método el alumno adquiere conocimiento mediante la confrontación de opiniones y puntos de vista. El papel del profesor consiste en proponer a través de Open Campus temas referidos a la materia objeto de estudio que son sometidos a debate para, posteriormente, evaluar el grado de comprensión que han alcanzado los alumnos.

MÉTODO HEURÍSTICO:

Este método puede desarrollarse de forma individual o en grupo a través de las actividades de evaluación continua (entregas de trabajos, resolución de ejercicios, presentaciones, etc.). El objetivo es que el alumno asuma un papel activo en el proceso de aprendizaje adquiriendo los conocimientos mediante la experimentación y la resolución de problemas.

CONSIDERACIONES DE LA PLANIFICACIÓN:

Las actividades formativas que se realizan en la asignatura son las siguientes:

Clases teóricas: Actividad dirigida por el profesor que se desarrollará de forma sincrónica en grupo. Para la realización de esta actividad en Open Campus, la UEMC dispone de herramientas de Webconference que permiten una comunicación unidireccional en las que el docente puede desarrollar sesiones en tiempo real con posibilidad de ser grabadas para ser emitidas en diferido.

Actividades prácticas: Actividades supervisadas por el profesor que se desarrollarán fundamentalmente de forma asíncrona, y de forma individual o en grupo:

- Actividades de debate. Se trata de actividades en las que se genera conocimiento mediante la participación de los estudiantes en discusiones alrededor de temas de interés en las distintas asignaturas.
- Entregas de trabajos individuales o en grupos a partir de un enunciado o unas pautas de trabajo que establecerá el profesor.
- Resolución de ejercicios y problemas que el alumno debe realizar a través de Open Campus en un

periodo de tiempo determinado. Esta actividad puede ser en formato test de evaluación.

Tutorías: Las tutorías podrán tener un carácter sincrónico o asíncrono y podrán desarrollarse de manera individual o en grupos reducidos.

Están previstas dos sesiones de tutoría por videoconferencia, una al inicio y otra al final del semestre. En la primera se presentará la asignatura y la guía docente y en la segunda, en las semanas previas a la evaluación final, se dedicará a la resolución de dudas de los estudiantes.

Además, el docente utiliza el Tablón, el Foro y el Sistema de correo interno de Open Campus para atender las necesidades y dudas académicas de los estudiantes.

SESIONES EN TIEMPO REAL :

	Título
TU1	Presentación asignatura y Guía docente
CM1	Clase magistral 1
CM2	Clase magistral 2
CM3	Clase magistral 3
CM4	Clase magistral 4
CM5	Clase magistral 5
CM6	Clase magistral 6
CM7	Clase magistral 7
TU2	Resolución de dudas antes de la evaluación

EVALUACIÓN CONVOCATORIA ORDINARIA:

Evaluación continua 60%
Evaluación final 40%

ACTIVIDADES Y SISTEMAS DE EVALUACIÓN :

Tipo Evaluación	Nombre Actividad	% Calif.
Evaluacion contínua (60 %)	1. Actividad 1 (Entrega individual)	25
	2. Actividad 2 (Entrega individual)	25
	3. Test (Test de evaluación)	10
Evaluacion final (40 %)	1. Examen final (Prueba de evaluación final)	40

CONSIDERACIONES EVALUACIÓN CONVOCATORIA ORDINARIA:
A lo largo de la planificación de la asignatura el alumno realizará **actividades de evaluación continua** que forman parte de la calificación de la asignatura con un peso del 60% sobre la nota final.

Para superar la evaluación continua, el alumno debe obtener una media de igual o superior a 5 entre todas las actividades. En el caso de no superar la evaluación continua, se guardan para la convocatoria extraordinaria las notas de aquellas actividades aprobadas, no pudiendo volver a presentarlas.

El sistema de evaluación de esta asignatura acentúa el desarrollo gradual de competencias y resultados de aprendizaje y, por tanto, se realizará una evaluación continua a través de las distintas actividades de evaluación propuestas. El resultado de la evaluación continua se calcula a partir de las notas obtenidas en cada actividad teniendo en cuenta el porcentaje de representatividad en cada caso.

Todas las actividades deberán entregarse en las fechas previstas para ello, teniendo en cuenta:

- Las actividades de evaluación continua (entrega de trabajos) se desarrollarán según se indica y, para ser evaluadas, los trabajos deberán ser entregados en la forma y fecha prevista y con la extensión máxima señalada. No se evaluarán trabajos entregados posteriormente a esta fecha o que no cumplan con los criterios establecidos por el profesor.
- La no entrega de una actividad de evaluación continua en forma y plazo se calificará con un 0 y así computarán en el cálculo de la nota de evaluación continua y final de la asignatura.
- Cualquier tipo de copia o plagio por mínimo que sea, así como un uso inapropiado de herramientas de inteligencia artificial, supondrá una calificación de 0 en la actividad correspondiente. Esta actuación podría suponer la apertura de un expediente disciplinario.
- Las actividades de evaluación continua (tipo test) se desarrollarán con anterioridad a la realización de las pruebas de evaluación final de la asignatura

Los alumnos accederán a través de Open Campus a las calificaciones de las actividades de evaluación continua en un plazo aproximado de 20 días lectivos desde la fecha fin de fecha de entrega, excepto causas de fuerza mayor en cuyo caso se informará al alumno a través del Tablón.

La evaluación continua se completará con una **evaluación final**, que se realizará al finalizar el periodo lectivo de cada asignatura. Los exámenes serán eminentemente prácticas, de manera que, los alumnos podrán disponer de los apuntes y consultarlos, (solo en formato digital) durante la realización de la prueba.

Para resolver el examen, los alumnos deberán descargar el enunciado de la prueba y una vez cumplimentado, subirlo en el espacio correspondiente del campus virtual

La prueba **supondrá un 40%** de la calificación sobre la nota final de la asignatura.

- El alumno tendrá la posibilidad, siempre dentro de los tres días siguientes a la publicación de las notas, a renunciar a su calificación, y presentarse en la siguiente convocatoria
- El alumno tendrá hasta 3 días después de la calificación para solicitar al docente más información sobre su calificación por el correo de la plataforma. DOCENTE
- Cualquier tipo de irregularidad o fraude en la realización de una prueba, así como un uso inapropiado de herramientas de inteligencia artificial, supondrá una calificación de 0 en la prueba/convocatoria correspondiente. Esta actuación podría suponer la apertura de un expediente disciplinario.
- El aplazamiento concedido por la Universidad para la realización de una evaluación final se regirá por lo establecido en el Manual de "Directrices y plazos para la tramitación de una solicitud"

La **nota global** de la asignatura se obtiene ponderando la calificación de la evaluación continua y de la evaluación final según los siguientes porcentajes, y debiendo tener aprobadas ambas partes, continua y final, para superar la asignatura.

Si un alumno no se presenta a la prueba de evaluación final, su calificación en la convocatoria será de “No presentado”, con independencia de que haya realizado alguna actividad de evaluación continua.

De igual modo si el alumno no entrega ninguna actividad de evaluación continua, obtendrá la calificación de “No presentado”, con independencia de que haya aprobado la prueba de evaluación final, en cuyo caso, se le guardaría su calificación para la convocatoria extraordinaria

EVALUACIÓN CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA:

Evaluación continua	60%
Evaluación final	40%

ACTIVIDADES Y SISTEMAS DE EVALUACIÓN :

Tipo Evaluación	Nombre Actividad	% Calif.
Evaluacion contínua (60 %)	1. Actividad 1 (Entrega individual)	25
	2. Actividad 2 (Entrega individual)	25
	3. Test (Test de evaluación)	10
Evaluacion final (40 %)	1. Examen final (Prueba de evaluación final)	40

CONSIDERACIONES EVALUACIÓN CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA:

Los estudiantes que no hayan superado la asignatura en la convocatoria ordinaria, porque hayan suspendido la evaluación continua o la prueba de evaluación final, podrán presentarse a las pruebas establecidas por el profesor en la convocatoria extraordinaria.

Para la convocatoria extraordinaria se guardan las calificaciones de las actividades de evaluación continua y prueba de evaluación final, superadas por el estudiante (nota superior o igual a 5), no permitiéndose volver a realizarlas.

- En convocatoria extraordinaria, el alumno solo podrá entregar las actividades de evaluación continua no superadas, guardándose la calificación de las aprobadas.
- El alumno tendrá hasta 3 días después de la calificación para solicitar al docente más información sobre su calificación por el correo de la plataforma.
- Cualquier tipo de irregularidad o fraude en la realización de una prueba, supondrá una calificación de 0 en la prueba/convocatoria correspondiente.
- El aplazamiento concedido por la Universidad para la realización de una evaluación final se regirá por lo establecido en el Manual de "Directrices y plazos para la tramitación de una solicitud".

En la convocatoria extraordinaria, la **nota global** de la asignatura se obtiene ponderando la calificación de la evaluación continua y de la evaluación final, de la misma forma que en la convocatoria ordinaria.

Al igual que en la convocatoria ordinaria, en la convocatoria extraordinaria es necesario superar tanto la evaluación continua como la evaluación final para aprobar la asignatura.

Si un alumno no se presenta a la prueba de evaluación final, su calificación en la convocatoria será de “No presentado”, con independencia de que haya realizado alguna actividad de evaluación continua.

SISTEMAS DE EVALUACIÓN:

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PORCENTAJE (%)
Ejecución de prácticas	50%
Pruebas escritas	50%