

DATOS GENERALES DE LA ASIGNATURA

PLAN DE ESTUDIOS: Grado en Publicidad y Relaciones Públicas (PGR-PUBLICI)

ASIGNATURA : Comunicación Corporativa (3264)

TIPO DE ASIGNATURA : Teórico-práctica

MODALIDAD : Presencial

CURSO ACADÉMICO: 2026-2027

GRUPO: 2627-T1

CENTRO: Facultad de Ciencias Sociales

CARÁCTER DE LA ASIGNATURA: Obligatoria (OB)

ECTS: 6,0

CURSO: 2º

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: RAQUEL PAJARES FERNÁNDEZ

EMAIL: rpajares@uemc.es

TELÉFONO: 983 00 10 00

HORARIO DE TUTORÍAS: Lunes a las 11:00 horas

INFORMACIÓN SOBRE TITULACIONES :

- Licenciado Periodismo (Universidad *Universidad de Valladolid*)
- Master universitario: Comunicación Institucional y Política. Universidad Carlos III de Madrid

EXPERIENCIA DOCENTE :

- Cuenta con experiencia de 9 años en docencia universitaria en el nivel del Grado (Área de Periodismo y Publicidad y RRPP)

EXPERIENCIA PROFESIONAL :

- Tiene experiencia en el ámbito profesional de Más de 10 años en el sector Privado (Directora de Comunicación Corporativa)

EXPERIENCIA INVESTIGADORA :

- 3 años (Doctoranda. Líneas de investigación en RSC, Comunicación Corporativa, sostenibilidad, medios digitales y tercer sector)

OTROS DATOS CV :

Soy profesora universitaria, periodista y profesional de la comunicación corporativa, con experiencia docente, investigadora, de gestión académica y de transferencia en el ámbito de la comunicación. Soy licenciada en Periodismo por la Universidad de Valladolid y Máster en Comunicación Corporativa y Política por la Universidad Carlos III de Madrid. Actualmente desarrollo mi tesis doctoral en el Programa de Doctorado en Español: Lingüística, Literatura y Comunicación de la Universidad de Valladolid.

Mi trayectoria combina la docencia universitaria en los grados de Periodismo y Publicidad y Relaciones Públicas con una experiencia profesional consolidada en comunicación estratégica, comunicación institucional, responsabilidad social corporativa y tercer sector. He impartido asignaturas vinculadas a la comunicación corporativa, las relaciones públicas, el marketing digital, los géneros periodísticos, la innovación periodística y la teoría de la comunicación, integrando una perspectiva aplicada y conectada con la realidad profesional.

Mi línea de investigación se centra en la comunicación de la responsabilidad social corporativa y la sostenibilidad

como dimensiones estratégicas de las organizaciones, con especial atención a la comunicación digital, la transparencia, la legitimidad corporativa, los grupos de interés y los procesos de rendición de cuentas. Participo en proyectos de investigación e innovación docente relacionados con la esfera pública postmediática, la comunicación inclusiva, la participación social y el aprendizaje aplicado.

Mi perfil se articula en torno a la docencia universitaria, la investigación en comunicación y sostenibilidad, la transferencia social y la experiencia profesional en comunicación estratégica. Mis objetivos académicos se orientan a consolidar una línea investigadora sobre comunicación de la sostenibilidad, RSC y legitimidad organizacional, así como a fortalecer mi producción científica y mi participación en proyectos competitivos.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE A ADQUIRIR POR EL ALUMNO

GRANDES COMPETENCIAS :

- GC4 - Competencia para la comunicación corporativa. Conocer, analizar y diseñar estrategias de comunicación para instituciones de todo tipo, asegurando las acciones necesarias para una realización eficaz de los objetivos comunicativos diseñados.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE :

El alumno será capaz de:

- CO4.1 - Conocer la información sobre el comportamiento de los grupos de interés para el desarrollo y las estrategias de la comunicación corporativa.
- CO4.2 - Comprender las estrategias de la comunicación corporativa para su posterior aplicación.
- CT4.1 - Desarrollar capacidad de liderazgo y toma de decisiones en el ámbito de la comunicación corporativa desde una actitud ética.
- HD4.1 - Analizar y desarrollar un plan de comunicación efectivo.
- HD4.2 - Analizar el entorno para su posterior aplicación en las diferentes áreas de la comunicación corporativa.
- SC4.1 - Interpretar objetivos y estrategias de comunicación para una comunicación corporativa de calidad.
- SC4.2 - Elaborar correctamente un plan de comunicación adaptado a las necesidades del mercado y la sociedad.

DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

DESCRIPTOR DE LA ASIGNATURA :

La asignatura Comunicación corporativa es de suma importancia para la formación de alumnado, ya que es la primera toma de contacto con la comunicación corporativa, así como de todas sus fases que vehiculan el proceso. Además, supone la primera toma de contacto con el protocolo y los eventos.

CONTENIDOS MÍNIMOS :

La comunicación corporativa: concepto, aproximación histórica y estrategia de dirección y gestión. Identidad, imagen, cultura, reputación y comportamiento corporativos.

Fundamentos del plan de estratégico y el manual de gestión de comunicación.

La generación de la imagen y la percepción de las organizaciones: comunicación interna, de crisis y externa.

Herramientas, canales y soportes para la comunicación corporativa: relación con los medios de comunicación y la nota prensa.

Fundamentos básicos del patrocinio y mecenazgo, del protocolo y la gestión de eventos.

RECURSOS DE APRENDIZAJE :

- Recursos didácticos: Casos, Recursos multimedia

- **Recursos tecnológicos** : Plataformas de aprendizaje en línea, Aplicaciones para la gestión del aula, Herramientas de presentación, Herramientas de comunicación
- **Recursos interactivos** : Realidad aumentada y virtual
- **Recursos audiovisuales**: Vídeos y podcast

OBSERVACIONES DEL CONTENIDO DE LA ASIGNATURA:

DESCRIPTOR DE LA ASIGNATURA:

La asignatura 'Comunicación corporativa: marca y reputación' es de suma importancia para la formación de alumnado, ya que es la primera toma de contacto con la comunicación corporativa, así como de todas las fases que vehiculan el proceso.

CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA:

TEMA 1. TEMA 1: INTRODUCCIÓN A LA COMUNICACIÓN CORPORATIVA Y A LAS RELACIONES PÚBLICAS. Concepto, aproximación histórica y estrategia de dirección y gestión, el plan de comunicación. Identidad, imagen, cultura, reputación y comportamiento corporativos.

TEMA 2. COMUNICACIÓN DE CRISIS. Tipos, el manual de comunicación de crisis, los portavoces, el mensaje, etc.

TEMA 3. COMUNICACIÓN EXTERNA. HERRAMIENTAS, CANALES Y SOPORTES PARA LA COMUNICACIÓN CORPORATIVA: RELACIÓN CON LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y LA NOTA PRENSA.

TEMA 4: COMUNICACIÓN INTERNA. HERRAMIENTAS, CANALES Y SOPORTES PARA LA COMUNICACIÓN DE LAS ORGANIZACIONES

TEMA 5.

BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS DE REFERENCIA GENERALES

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:

- María Carmen Erviti Ilundáin (2022): Manual básico de comunicación corporativa. Ediciones Universidad de Navarra. ISBN: 978-84-313-3739-1
- Miguel Túñez López (2020): Comunicación corporativa. Claves y escenarios. . Editorial Uoc, S.L.. ISBN: 9788490643662
- Justo Villafañe (2020): La gestión profesional de la imagen corporativa. Ediciones Pirámide . ISBN: 978-8436834871
- José Vicente García Santamaría (2019): Las nuevas fronteras de la comunicación corporativa . Editorial Uoc, S.L.. ISBN: 9788491806615
- Martín Martín, Fernando (2006): Comunicación empresarial (corporativa) e institucional : direcciones de comunicación y prensa - consultoras, agendas de comunicación y relaciones públicas. Madrid : Universitas 2006. ISBN: 84-7991-186-7
- Joan Costa (2006): Imagen corporativa en el siglo XXI. Buenos Aires : La Crujía . ISBN: 987-1004-37-0

OTRAS FUENTES DE REFERENCIA:

Web / Descripción

Dircom, Asociación de Directivos de Comunicación(<https://www.dircom.org/>)

Dircom es la asociación profesional de referencia en España que agrupa a más de 1.200 directivos de comunicación, reputación y asuntos corporativos. Su objetivo es poner en valor la importancia estratégica de esta función en las organizaciones y su aportación a la sociedad.

PLANIFICACIÓN DEL PROCESO DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE DE LA ASIGNATURA

TIPO DE ASIGNATURA :

Teórico-práctica

METODOLOGÍAS:

MÉTODO DIDÁCTICO:

A través de la exposición de temas y contenidos, de forma teórica y práctica.

MÉTODO DIALÉCTICO:

A través de discusiones, debates, análisis de textos y audiovisuales, presentaciones y encuentros con profesionales.

MÉTODO HEURÍSTICO:

Con el aprendizaje y manejo de herramientas, así como con estrategias para resolver problemas, lanzar hipótesis y llegar a conclusiones.

ACTIVIDADES FORMATIVAS :

- Clases teóricas
- Clases prácticas
- Actividades académicas complementarias
- Prácticas externas
- Tutoría
- Evaluación
- Trabajo autónomo

CONSIDERACIONES DE LA PLANIFICACIÓN:

Los cinco temas de la asignatura se desarrollarán de forma simétrica a lo largo de las quince semanas de la asignatura.

Semanas 1: Tema 1

Semana 2: Tema 1

Semanas 3: Práctica tema 1 + Tema 2

Semana 4: Tema 2

Semana 5: Tema 2 + Visita experto comunicación

Semanas 6: Práctica. Simulacro de crisis + Tema 3

Semana 7: Tema 3

Semana 8: Tema 3

Semanas 9: Plató de TV

Semana 10: Práctica Tema 3. Nota de Prensa + Tema 4

Semana 11: Tema 4

Semana 12: Tema 4

Semanas 13: Práctica Tema 4 + Tema 5

Semana 14: Tema 5

Semana 15: Exposición trabajo final de la asignatura.

Esta planificación estimativa puede verse modificada por causas ajenas a la organización académica presentada en primer lugar. El profesor informará convenientemente a los alumnos de las nuevas modificaciones específicas.

El profesor podrá incorporar medidas de carácter aleatorio o fijo (sustentación oral del resultado, incluir variaciones en los enunciados, aplicaciones de los resultados a otros contextos, etc.), antes, durante o al finalizar cada actividad formativa, con el propósito de confirmar el uso apropiado de la herramienta de inteligencia artificial.

PROGRAMACIÓN DE ACTIVIDADES Y EVALUACIONES :

PROGRAMACIÓN DE ACTIVIDADES:

Actividad	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	EF	¿Se evalúa en CO?	Sistema evaluación	¿Se mantiene en CE?	Convocatoria extraordinaria
Práctica Tema 1			X														X	Ejecución de prácticas:5%	X	
Práctica Tema 2. Simulacro de crisis						X											X	Ejecución de prácticas:2,5%	X	

Actividad	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	EF	¿Se evalúa en CO?	Sistema evaluación	¿Se mantiene en CE?	Convocatoria extraordinaria
Práctica Tema 3. Nota de Prensa										X							X	Ejecución de prácticas:7,5%	X	
Práctica Tema 4.												X					X	Ejecución de prácticas:7,5%	X	
Trabajo final + exposición oral															X		X	Pruebas escritas:25% Pruebas orales:10%	X	
Reflexión visita Experto															X		X	Ejecución de prácticas:2,5%	X	
Técnicas de observación	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X		X	Técnicas de observación:5%		
Examen final																X	X	Pruebas escritas:35%	X	

CONSIDERACIONES DE LA EVALUACIÓN EN LA CONVOCATORIA ORDINARIA:

El tipo de evaluación implica un proceso de aprendizaje participativo profesor-alumno durante la impartición de la asignatura, teniendo en cuenta las actividades realizadas en el aula y las competencias adquiridas. Los criterios de evaluación priorizan la realización de prácticas: un 25% se vincula a la realización de cinco prácticas en el aula al final de cada uno de los temas; un 25% se atribuye a la elaboración de un trabajo final de la asignatura en grupo y un 10% a su presentación oral. En todos los casos es imprescindible alcanzar una nota de 5 sobre 10 para superarla.

La prueba final en convocatoria ordinaria será una prueba escrita teórico-práctica (35% de la nota) y se dedicará un 5% a técnicas de observación. Para superar la asignatura es imprescindible sacar un mínimo de 5 en las prácticas a realizar tras cada tema, el proyecto final y la prueba final. En caso de no superarse, se acudirá a la convocatoria extraordinaria y la nota máxima que aparecerá en el acta será un 3.

No se admiten plagios ni faltas de ortografía: una falta de ortografía es causa de suspenso de exámenes y pruebas y la ausencia de tildes está penalizada: cada omisión resta 0,20 puntos y con cinco o más se suspense automáticamente la prueba o examen.

Asimismo, el uso inapropiado de herramientas de inteligencia artificial, tendrán una calificación de cero (0). Asimismo, si se comprueba que este comportamiento irresponsable es generalizado o habitual por parte del estudiante, además de reflejarlo en su evaluación continua y final, puede acarrear la apertura de un expediente disciplinario.

CONSIDERACIONES DE LA EVALUACIÓN EN LA CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA:

Los alumnos que hayan suspendido las prácticas a realizar tras cada tema, el proyecto final o la prueba final tendrán que presentarse a la convocatoria extraordinaria. En caso de no haber superado el trabajo final, entregarán uno de similares características a las del proyecto final (35%) realizado de manera individual; si tienen que superar alguna de las prácticas, se pedirá recuperar la práctica suspendida teniendo el mismo valor que en evaluación ordinaria (25%), teniendo en cuenta que se guardan las nota de las pruebas aprobadas. La entrega se realizará en la fecha establecida en conversación con el profesor.

La prueba final (40%) será de nuevo una prueba teórico-práctica de desarrollo que superarán con un mínimo de 5 sobre 10.

No se admiten plagios ni faltas de ortografía: una falta de ortografía es causa de suspenso de exámenes y pruebas y la ausencia de tildes está penalizada: cada omisión resta 0,20 puntos y con cinco o más se suspense automáticamente la prueba o examen.

Asimismo, el uso inapropiado de herramientas de inteligencia artificial, tendrán una calificación de cero (0). Asimismo, si se comprueba que este comportamiento irresponsable es generalizado o habitual por parte del estudiante, además de reflejarlo en su evaluación continua y final, puede acarrear la apertura de un expediente disciplinario.

SISTEMAS DE EVALUACIÓN:

Tipo de asignatura	Pruebas escritas	Pruebas orales	Ejecución práctica	Técnicas de observación
Teórico-práctica	60 %	10 %	25 %	5 %

