

DATOS GENERALES DE LA ASIGNATURA

PLAN DE ESTUDIOS: Grado en Administración y Dirección de Empresas (PGR-ADE)

ASIGNATURA : Técnicas de Comunicación Eficaz (1392)

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: 1º 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: IMELDA RODRÍGUEZ ESCANCIANO

EMAIL: irodriguez@uemc.es

TELÉFONO: 983 00 10 00

HORARIO DE TUTORÍAS: Lunes a las 20:00 horas

INFORMACIÓN SOBRE TITULACIONES :

- Licenciado Periodismo (Universidad *Universidad Complutense de Madrid*)
- Doctorado: Ciencias de la Información (2003)
- Y acreditado en la figura de Universidad privada por ACSUCYL (2011)

EXPERIENCIA DOCENTE :

- Cuenta con experiencia de Más de 10 años en docencia universitaria en el nivel del Grado (Desde hace más de veinte años, imparto docencia universitaria en grados y másteres sobre comunicación estratégica y liderazgo reputacional aplicados a los ámbitos institucional, empresarial y político. En la Universidad Europea Miguel de Cervantes, desde el año 2003, he impartido asignaturas como "Técnicas de comunicación eficaz", "Comunicación e información audiovisual", "Opinión Pública", "Comunicación eficaz" o "Comunicación aplicada a la Enfermería" en distintos grados de la Facultad de Ciencias Sociales, la Facultad de Ciencias de la Salud y la Escuela Politécnica Superior. Directora y autora de distintas monografías, capítulos de libro, congresos internacionales y artículos científicos sobre innovación en el ámbito de la educación superior, siendo además experta en gestión y dirección de políticas educativas.)

EXPERIENCIA PROFESIONAL :

- Tiene experiencia en el ámbito profesional de Más de 10 años en el sector Privado (Consultoría ejecutiva en comunicación estratégica, imagen pública y liderazgo reputacional, concebida también como ámbito de investigación aplicada, desarrollo y validación metodológica, en contextos institucionales, organizacionales y políticos.)

EXPERIENCIA INVESTIGADORA :

- Más de 10 años (Como resultado de las líneas de investigación desarrolladas en comunicación estratégica, imagen pública y liderazgo reputacional, he formulado científicamente el Sistema de Liderazgo Auténtico AIPOC® (metodología registrada), cuya aplicación y validación se produce en contextos reales de intervención en ámbitos institucionales, empresariales y políticos. Esta trayectoria sustenta una producción científica integrada por artículos en revistas especializadas, capítulos de libro, monografías, así como por contenidos de divulgación científica y transferencia de conocimiento en entornos digitales y redes sociales

profesionales. Asimismo, he participado en la dirección y evaluación de proyectos de investigación competitivos financiados por convocatorias públicas vinculados con estas áreas, habiendo formado parte también de distintos tribunales de defensa de tesis doctorales sobre comunicación organizacional, comunicación digital y comunicación política, incluyendo la co-dirección de una tesis doctoral sobre esta última temática. Mi obra más reciente es el libro *Imagen Política: modelo y método*, publicado por la Editorial Paidós (Grupo Planeta).

OTROS DATOS CV :

He desarrollado labores de alta dirección en distintas organizaciones, algunas de ellas vinculadas a la Educación Superior. A partir del año 2004, comencé a desempeñar distintos puestos de dirección académica, como Decana de la Facultad de Ciencias Humanas y de la Información o Vicerrectora de Ordenación Académica y Profesorado. He sido rectora de la Universidad Europea Miguel de Cervantes, durante el periodo 2014-2020.

Escritora del Grupo Planeta, divulgadora de contenido especializado en entornos digitales y científicos, analista del contexto social y político en distintos medios de comunicación y conferenciante en foros internacionales.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE A ADQUIRIR POR EL ALUMNO

GRANDES COMPETENCIAS :

- GC5 - Analizar y valorar el entorno empresarial para identificar oportunidades y diseñar proyectos de emprendimiento e innovación.
- GC7 - Comunicarse, interactuar y argumentar de forma eficaz y profesional en distintos contextos, incluidos entornos internacionales y multilingües, con responsabilidad social y compromiso con la sostenibilidad.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE :

El alumno será capaz de:

- HD5.5 - Presentar y defender proyectos empresariales ante un público evaluador o potencial inversor.
- CO7.3 - Conocer y comprender las herramientas y recursos necesarios para el desarrollo de la capacidad comunicativa en el ámbito profesional.
- CO7.4 - Comprender las principales habilidades de la comunicación verbal y no verbal.
- CO7.5 - Conocer las herramientas para la presentación de discursos profesionales.
- CT7.2 - Capacidad para comunicar con fluidez y eficacia en el desempeño profesional.
- CT7.4 - Capacidad de elaborar y comunicar ideas de forma razonada y clara.
- HD7.1 - Establecer las bases de una argumentación y defender una tesis u opinión.
- HD7.4 - Utilizar eficazmente la comunicación verbal y no verbal para persuadir al receptor.
- HD7.6 - Presentar públicamente información de carácter técnico.
- SC7.2 - Comunicar de forma eficaz, ética y responsable en contextos profesionales, conforme a los principios básicos de la comunicación.
- SC7.4 - Argumentar y defender información y opiniones en un contexto profesional, tanto de forma oral como escrita.

DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

DESCRIPTOR DE LA ASIGNATURA :

Estudio y aplicación práctica de la gestión de la comunicación en contextos profesionales de forma eficaz, aplicando los métodos y los recursos comunicativos esenciales para promover el impacto, la influencia y la credibilidad pública y de la configuración de la marca profesional y del liderazgo desde la dimensión comunicativa.

CONTENIDOS MÍNIMOS :

Diseñar la persuasión: estructuración de mensajes, creatividad y credibilidad.

Técnicas, claves y recursos comunicativos.

Comunicación, marca e imagen de alto impacto: el liderazgo.

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 audiovisuales:** Vídeos y podcast, Contenidos especializados difundidos en redes sociales.
- **Otros recursos:** Artículos y textos divulgativos y científicos.

BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS DE REFERENCIA GENERALES

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:

- Rodríguez Escanciano, Imelda (2021): Imagen Política. Modelo y Método. Grupo Planeta. ISBN: 9788498755145
- Shaw, Gerard (2021): Habilidades cruciales de comunicación. Communication Excellence. ISBN: 9781647800833
- Fernández-Hoya, Gema (2020): Técnicas eficaces de comunicación. Síntesis. ISBN: 9788491714514
- García González, José Manuel (2021): Hablar bien en público: Técnicas de comunicación oral y preparación de discursos y presentaciones. Profit Editorial. ISBN: 9788418464300
- Bassat, Luis (2020): Sueña como Luther King, habla como Obama, manda sin mandar y sé tú mismo. Plataforma Editorial. ISBN: 9788417886486

OTRAS FUENTES DE REFERENCIA:

OTROS SITIOS DIGITALES:

Canal YouTube sobre comunicación y creatividad:

<https://www.youtube.com/channel/UC5sCZvU7or33OPeROKKQW0Q>

Canal YouTube sobre comunicación exitosa:

<https://www.ted.com/talks?language=es>

Canal YouTube sobre emprendimiento y comunicación:

<https://www.youtube.com/channel/UCwYlw2jpleEC7l9bH9BQMZQ>

Canal YouTube sobre crecimiento empresarial y comunicación:

<https://www.youtube.com/channel/UCHYbumGFHO9NNo9ODc1ulxw>

Canal YouTube sobre habilidades sociales:

https://www.youtube.com/channel/UCpTuaGDm_YwmbqVWrbavNeQ

Canal YouTube sobre estrategias de comunicación:

<https://www.youtube.com/c/JordiGraciaPuig/about>

DICCIONARIOS

Amiano, Víctor. *Dichosos dichos. Frases, expresiones del mundo clásico para el siglo XXI*. Barcelona, Ariel, 2014.

Buitrago, Alberto. *Diccionario de dichos y frases hechas*. Madrid: Espasa, 2012.

Gil, Juan. *La ocasión la pintan calva*. Madrid: Espasa, 2016.

Iribarren, José María. *El porqué de los dichos*. Barcelona: Ariel, 2015.

Junqueda, Luis. *Diccionario de refranes, dichos y proverbios*. Madrid: Espasa, 2012.

Señor González, Luis. *Diccionario de Citas. Más de 5000 citas de todos los tiempos*. Madrid: Espasa, 2012.

PLANIFICACIÓN DEL PROCESO DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE DE LA ASIGNATURA

TIPO DE ASIGNATURA :

Teórico-práctica

METODOLOGÍAS:

MÉTODO DIDÁCTICO:

Se utilizará este método para la explicación de los contenidos de las distintas unidades temáticas de la asignatura. Esta exposición será básica para el trabajo continuo, aplicación práctica y aprendizaje del estudiante según los objetivos y resultados de aprendizaje contemplados.

MÉTODO DIALÉCTICO:

El desarrollo del pensamiento crítico, creativo y divergente son fundamentales en esta asignatura para un progreso activo y eficiente de la capacidad comunicativa del alumno. De esta forma, el estudiante examinará críticamente lo aprendido, resolviendo contradicciones, y podrá confrontarlo para llegar a una conclusión resolutoria que le permita asimismo modelar su marca comunicativa y, por extensión, profesional. Este método se activará, especialmente, en las actividades que se desarrollarán en la asignatura como los laboratorios de aprendizaje, estudio y diseño comunicativo (Desing Com Lab y Tips & Lives), así como en la realización de las distintas pruebas conceptuales y prácticas.

MÉTODO HEURÍSTICO:

El Aprendizaje Basado en Problemas (ABP) es central en esta asignatura, estando especialmente enfocado en el proyecto final de la asignatura, donde el alumno identificará, definirá y explorará estrategias viables, presentando asimismo la solución más sólida, desde la activación de técnicas de comunicación eficaz, para la creación de una marca comunicativa sólida (Proyecto Pop Up de Marca Comunicativa).

ACTIVIDADES FORMATIVAS :

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

CONSIDERACIONES DE LA PLANIFICACIÓN:

Esta asignatura se desarrolla a través de contenidos (Unidades temáticas), prácticas (individuales y grupales), análisis estratégicos de comunicación (Tips & Lives) y desarrollo de proyectos (Pop Up de Marca Comunicativa). Su planificación prevista es la siguiente:

SEMANA 1

Presentación de la asignatura.

Unidad 1.

Estructura argumental. Herramientas.

SEMANA 2

Unidad 1.

Neurowriting. El contenido emocional.

Storytelling, cuentos y conversaciones.

Tips & Lives 1.

SEMANA 3

Unidad 1.

El valor del que escucha: la atención y la audiencia.

SEMANA 4

Unidad 2.

Presentaciones inteligentes. La gestión del tiempo.

Tips & Lives 2.

SEMANA 5

Unidad 2.

Formas de expresión. La influencia digital.

Tips & Lives 3.

SEMANA 6

Práctica 1 (individual).

Tips & Lives 4.

SEMANA 7

Unidad 2.

Lenguaje positivo. Comunicación no violenta.

Limitadores y potenciadores de la comunicación eficaz.

SEMANA 8

Práctica 2 (individual).

Tips & Lives 5.

SEMANA 9

Unidad 3.

Rasgos del comunicador de éxito.

Categorías del lenguaje no verbal.

SEMANA 10

Práctica 3 (grupal).

SEMANA 11

Unidad 3.

Marca personal e Identidad comunicativa. La Imagen Pública.

SEMANA 12

Adaptación del mensaje a los medios audiovisuales.

SEMANA 13

Prueba escrita de evaluación conceptual.

SEMANA 14

Entrega "Portafolio de Evolución Comunicativa".

Asesoramiento sobre la presentación de proyectos Pop Up de Marca Comunicativa.

SEMANA 15

Presentación de proyectos Pop Up de Marca Comunicativa.

ACLARACIONES:

La planificación de la asignatura se prevé pueda completarse/se completa con actividades complementarias académicas y/o de extensión universitaria (jornadas, eventos, seminarios) orientadas a la adquisición de competencias transversales que impulsan la formación integral de los estudiantes, al objeto de que estos sean, además, capaces de adaptarse a las demandas de la sociedad en que vivimos.

El horario de tutoría académica personal será los lunes, de 20 a 21 horas (esta hora de tutoría podría verse modificada en función de los horarios que se diseñen, lo que se comunicaría al estudiante convenientemente).

Las fechas contempladas son estimadas, pudiendo estar sujetas a modificaciones que, si se realizaran, serán notificadas al alumno con antelación.

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 1						X											X	Ejecución de prácticas:10%	X	
Práctica 2								X									X	Ejecución de prácticas:10%	X	
Práctica 3										X							X	Ejecución de prácticas:10%	X	
Prueba escrita													X				X	Pruebas escritas:30%	X	
Portafolio														X			X	Técnicas de observación:30%	X	
Proyecto final															X		X	Pruebas orales:10%	X	

CONSIDERACIONES DE LA EVALUACIÓN EN LA CONVOCATORIA ORDINARIA:

La evaluación de la asignatura en la convocatoria ordinaria se desarrollará del siguiente modo:

1.PRUEBAS DE EJECUCIÓN DE TAREAS REALES Y/O SIMULADAS Y PRUEBAS ORALES (30%). Se desarrollarán 3 prácticas. La profesora indicará al alumno la práctica o prácticas que debe presentar en esta convocatoria. El alumno deberá obtener, como mínimo, una media de 5 puntos para considerar superado este bloque de evaluación.

2.PRUEBAS ESCRITAS (30%). Se desarrollará una prueba escrita de respuesta corta, correspondiente a los contenidos vistos en las unidades temáticas y en las actividades prácticas desarrolladas, que tendrá un valor del 30%. Será necesario obtener una calificación mínima de 5 puntos para considerar superado este bloque de evaluación.

3. PORTAFOLIO (30%). El alumno aplicará los conocimientos aprendidos en las actividades prácticas, como las correspondientes a las dinámicas denominadas "Tips & Lives", para configurar su "Portafolio de Evolución Comunicativa". Será necesario obtener una calificación mínima de 5 puntos para considerar superado este bloque de evaluación.

4.TRABAJOS Y PROYECTOS (10%). El alumno realizará un proyecto final de la asignatura, denominado "Pop Up de Marca Comunicativa". Será necesario obtener una calificación mínima de 5 puntos para considerar superado este bloque de evaluación y, al igual que en los casos anteriores, poder realizar la media porcentual

correspondiente entre los cuatro apartados descritos, que será la nota final del estudiante en la asignatura.

ACLARACIONES:

Al ser obligatoria la obtención de una calificación mínima de 5 puntos en cada uno de estos bloques, aunque el alumno obtuviera una calificación media final de 5 o más puntos (teniendo alguna o varias de las tres partes con una nota inferior a 5 puntos), la calificación que aparecería en las actas sería suspenso, hasta que realizara la recuperación correspondiente de las partes suspensas en la convocatoria extraordinaria.

El estudiante que, por una causa justificada y debidamente aceptada como tal, no pudiera realizar una práctica deberá informar a la profesora de su ausencia, a través de un correo electrónico, un día antes o en el mismo día, para poder convenir una nueva realización del ejercicio. No podrán repetirse prácticas si el alumno no sigue este procedimiento.

NOTAS COMUNES A LA CONVOCATORIA ORDINARIA Y EXTRAORDINARIA

La planificación de la evaluación tiene un carácter meramente orientativo y podrá ser modificada a criterio del profesor, en función de circunstancias externas y de la evolución del grupo.

Los sistemas de evaluación descritos en esta guía docente son sensibles tanto a la evaluación de las competencias como de los contenidos de la asignatura. La realización fraudulenta de cualquiera de las pruebas de evaluación, así como la extracción de información de las pruebas de evaluación, será sancionada según lo descrito en el Reglamento 7/2015, de 20 de noviembre, de Régimen Disciplinario de los estudiantes, Arts. 4, 5 y 7 y derivarán en la pérdida de la convocatoria correspondiente, así como en el reflejo de la falta y de su motivo en el expediente académico del alumno.

CONSIDERACIONES DE LA EVALUACIÓN EN LA CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA:

La evaluación de la asignatura en la convocatoria extraordinaria queda establecida así:

1. PRUEBAS DE EJECUCIÓN DE TAREAS REALES Y/O SIMULADAS Y PRUEBAS ORALES (30%). Se desarrollarán 3 prácticas. La profesora indicará al alumno la práctica o prácticas que debe presentar en esta convocatoria. El alumno deberá obtener, como mínimo, una media de 5 puntos para considerar superado este bloque de evaluación.

2. PRUEBAS ESCRITAS (30%). Se desarrollará una prueba escrita de respuesta corta, correspondiente a los contenidos vistos en las unidades temáticas y en las actividades prácticas desarrolladas, que tendrá un valor del 30%. Será necesario obtener una calificación mínima de 5 puntos para considerar superado este bloque de evaluación.

3. PORTAFOLIO (30%). El alumno aplicará los conocimientos aprendidos en las actividades prácticas, como las correspondientes a las dinámicas denominadas "Tips & Lives", para configurar su "Portafolio de Evolución Comunicativa". Será necesario obtener una calificación mínima de 5 puntos para considerar superado este bloque de evaluación.

4. TRABAJOS Y PROYECTOS (10%). El alumno realizará un proyecto final de la asignatura, denominado "Pop Up de Marca Comunicativa". Será necesario obtener una calificación mínima de 5 puntos para considerar superado este bloque de evaluación y, al igual que en los casos anteriores, poder realizar la media porcentual correspondiente entre los cuatro apartados descritos, que será la nota final del estudiante en la asignatura.

SISTEMAS DE EVALUACIÓN:

Tipo de asignatura	Pruebas escritas	Pruebas orales	Ejecución práctica	Técnicas de observación
Teórico-práctica	30 %	10 %	30 %	30 %