COMILLAS
UNIVERSIDAD PONTIFICIA
ICAI ICADE CIHS

GUÍA DOCENTE
2025 - 2026

FICHA TÉCNICA DE LA ASIGNATURA

Datos de la asignatura

Nombre completo	Planificación integrada de la comunicación - Integrated Communications Planning
Código	E000009169
Título	Grado en Comunicación Internacional - Bachelor in Global Communication por la Universidad Pontificia Comillas
Impartido en	Grado en Relaciones Internacionales y Grado en Comun. Internal. - Bachelor in Global Communication [Cuarto Curso] Grado en Traducción e Interpretación y Grado en Comun. Internal. - Bachelor in Global Communication [Cuarto Curso]
Nivel	Reglada Grado Europeo
Cuatrimestre	Semestral
Créditos	3,0 ECTS
Carácter	Obligatoria (Grado)
Departamento / Área	Departamento de Traducción e Interpretación y Comunicación Multilingüe
Descriptor	La asignatura proporcionará al alumno el conocimiento técnico y las herramientas metodológicas para establecer planes integrales de comunicación en entornos profesionales diversos.

Datos del profesorado

Profesor

Nombre	Sonia Aránzazu Ferruz González
Departamento / Área	Departamento de Traducción e Interpretación y Comunicación Multilingüe
Despacho	B414
Correo electrónico	saferruz@comillas.edu

DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

Contextualización de la asignatura

Aportación al perfil profesional de la titulación

La gestión comunicativa en el entorno corporativo, institucional o político requiere una planificación estratégica integral de todos los elementos de comunicación externa e interna de los que se responsabiliza en la práctica habitual un Dircom. Resultado imprescindible de la planificación y base a su vez de la implementación de la política comunicativa es un Plan estratégico de comunicación integral, que estructura de forma coherente y completa la comunicación corporativa. El Plan de Comunicación es un factor crucial para la consecución de determinados logros y para ser capaces de integrar las estrategias y tácticas de los Planes de Marketing y Social Media, así como para controlar y medir el éxito de dichos objetivos.

Prerrequisitos

No existen formalmente requisitos previos.

Competencias - Objetivos

Competencias

GENERALES

CG01	Capacidad para pensar de forma analítica, sintética y crítica en el contexto de la comunicación internacional	
	RA1	Describe, relaciona e interpreta situaciones y planteamientos sencillos
	RA2	Selecciona los elementos más significativos y sus relaciones en textos complejos
	RA3	Identifica las carencias de información y establece relaciones con elementos externos a la situación planteada
CG02	Capacidad para aplicar a la práctica los conocimientos de la comunicación en entornos internacionales	
	RA1	Determina el alcance y la utilidad práctica de las nociones teóricas
	RA2	Identifica correctamente los conocimientos aplicables a cada situación
	RA3	Relaciona los conocimientos con las distintas aplicaciones profesionales o prácticas
	RA4	Resuelve casos prácticos que presentan una situación profesional real
CG06	Capacidad de pensar y gestionar estratégicamente en el contexto de la comunicación internacional	
	RA1	Reflexiona sobre las mejores estrategias aplicables a cada situación
	RA2	Gestiona situaciones diversas de manera dinámica, e idéntica los conocimientos y destrezas aplicables en cada caso
	RA3	Identifica y define adecuadamente el problema y sus posibles causas, antes de que su efecto se haga evidente
	RA4	Plantea posibles soluciones pertinentes y diseña un plan de acción para su aplicación.
CG09	Capacidad crítica y autocrítica	
	RA1	Analiza su propio comportamiento buscando la mejora de sus actuaciones
	RA2	Se muestra abierto a la crítica externa sobre sus actuaciones
	RA3	Detecta e identifica incoherencias, carencias importantes y problemas en una situación dada
CG11	Capacidad de resolución de problemas en el contexto de la comunicación internacional	
	RA1	Identifica y define adecuadamente el problema y sus posibles causas
	RA2	Plantea posibles soluciones pertinentes y diseña un plan de acción para su aplicación

	RA3	Identifica problemas antes de que su efecto se haga evidente
	RA4	Insiste en la tarea y vuelve a intentarla cuando no se obtiene el resultado esperado o aparecen obstáculos
CG12	Capacidad de tomar decisiones en el ámbito de la comunicación internacional.	
	RA1	Dispone de la capacidad para tomar decisiones de una forma autónoma
	RA2	Reconoce y busca alternativas a las dificultades de aprendizaje teórico y práctico
	RA3	Evalúa, selecciona y toma decisiones en ejercicios que simulan situaciones reales (estudios de caso o role plays)
CG15	Capacidad de liderazgo en el ámbito de la comunicación internacional.	
	RA1	Asume responsabilidades dentro de ejercicios de carácter académico o en el ejercicio de actividades prácticas
	RA2	Entiende y se responsabiliza que sus actuaciones pueden tener consecuencias sobre los demás
	RA3	Es capaz de organizar y/o coordinar equipos de trabajo
CG16	Capacidad de emprendimiento e innovación en áreas profesionales en el ámbito de la comunicación	
	RA1	Elabora trabajos adoptando enfoques originales
	RA2	Resuelve casos prácticos aportando soluciones nuevas y diferentes ante problemas y situaciones habituales en la práctica profesional
CG17	Capacidad de planificar y gestionar el tiempo	
	RA1	Planifica su trabajo personal de una manera viable y sistemática
	RA2	Se integra y participa en el desarrollo organizado de un trabajo en grupo
	RA3	Planifica un proyecto complejo
CG20	Capacidad de compromiso ético en el desarrollo de su actividad profesional	
	RA1	Adecua su actuación a los valores propios del humanismo y la justicia
	RA2	Muestra una conducta coherente con los valores que enseña
	RA3	Se considera a sí mismo como agente de cambio social
	RA4	Procura defender los derechos humanos ante sus compañeros
	RA5	Se preocupa por las consecuencias que su actividad y su conducta puede tener para los demás

ESPECÍFICAS		
CE08	Sabe diseñar y evaluar proyectos comunicativos sectoriales y planes integrales de comunicación	
	RA1	Entiende los mecanismos a seguir para lograr un proyecto comunicativo viable
	RA2	Sabe utilizar eficazmente los medios de comunicación al servicio de los objetivos comunicativos de la organización
	RA3	Establece unos objetivos claros en el proceso de diseño y evaluación de proyectos comunicativos sectoriales
	RA4	Dispone del conocimiento técnico y las herramientas metodológicas para establecer planes integrales de comunicación en entornos profesionales diversos
CE09	Es capaz de utilizar en los ámbitos corporativo, institucional y político las técnicas de comunicación y relaciones públicas (relaciones con los medios de comunicación, gestión de la identidad corporativa, mecenazgo, lobbismo, organización de acontecimientos, protocolo...) al servicio de determinados objetivos establecidos	
	RA1	Entiende el funcionamiento orgánico de la comunicación en los diversos entornos organizacionales
	RA2	Aplica con eficacia los conocimientos sectoriales a los procesos comunicativos en entornos organizativos complejos
	RA3	Es capaz de desarrollar estrategias de relaciones públicas con los stakeholders de referencia de la organización y liderar la relación con los mismos
	RA4	Es flexible y hábil en la comunicación vertical y horizontal
	RA5	Está familiarizado con las normas y técnicas básicas que rigen el protocolo y la organización de eventos para poder llevar a cabo su aplicación en casos reales, en función del público destinatario y repercusión que se quiere obtener con el mismo
	RA6	Posee unos conocimientos lingüísticos multilingües sólidos y los sabe aplicar en cada situación, desde la perspectiva de las relaciones públicas y del protocolo
CE23	Diseña propuestas de gestión de la comunicación estratégica en el ámbito profesional del título	
	RA1	Conoce el organigrama y cadena de comunicación dentro de las diferentes organizaciones
	RA2	Define tareas y establece plazos para todos los implicados en el proceso de comunicación en el entorno organizacional
	RA3	Es capaz de formular unos objetivos estratégicas a corto, medio y largo plazo fundamentados en datos, cifras y necesidades concretas de una empresa, institución u organización nacional e internacional para formular y proponer un plan de comunicación

BLOQUES TEMÁTICOS Y CONTENIDOS

Contenidos – Bloques Temáticos

FUNDAMENTALS

- Communicating in the digital environment
- What is Integrated Communication
- The Communicacion Manager

THE INTEGRATED COMMUNICATION PLANNING

Unit 1. Prior to the plan

Unit 2. First steps of the planning

2.1. Information and Research

2.2. Strategic Analysis

2.3. Competitors and Stakeholders

Unit. 3. Strategy Definition

3.1. Goals and Objectives

3.2. Stakeholders Mapping

3.3. Positioning and Messages

Unit. 4. Actions Planning

4.1. Channels and Actions

4.2. Timeline

4.3. Rough Budget

Unit 5. Evaluation and Measuring

5.1. Performance Report

METODOLOGÍA DOCENTE

Aspectos metodológicos generales de la asignatura

Esta asignatura consta de 3 ECTS que se dividen en clases presenciales y actividades diversas no presenciales. En las horas lectivas semanales se requiere del alumno una participación activa para desarrollar desde el principio las distintas competencias de la asignatura y asegurar la comprensión de las teorías y conceptos desde una perspectiva práctica y aplicada.

Metodología Presencial: Actividades	
Lecciones de carácter expositivo	CG01, CG06, CG09, CE08, CE09, CE23
Ejercicios prácticos/resolución de problemas	CG02, CG11, CG12, CG15, CG16, CG17, CE08, CE09, CE23
Metodología No presencial: Actividades	
Estudio personal y documentación	CG01, CG06, CG09, CG17, CE08, CE09, CE23
Trabajos individuales/grupales	CG01, CG11, CG12, CG15, CG17, CG20, CE08, CE09, CE23

RESUMEN HORAS DE TRABAJO DEL ALUMNO

HORAS PRESENCIALES		
Lecciones de carácter expositivo	Ejercicios prácticos/resolución de problemas	Exposición individuales/grupales
15.00	10.00	5.00
HORAS NO PRESENCIALES		
Estudio personal y documentación	Trabajos individuales/grupales	
30.00	15.00	
CRÉDITOS ECTS: 3,0 (75,00 horas)		

EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

El uso de IA para crear trabajos completos o partes relevantes, sin citar la fuente o la herramienta o sin estar permitido expresamente en la descripción del trabajo, será considerado plagio y regulado conforme al Reglamento General de la Universidad.

Actividades de evaluación	Criterios de evaluación	Peso
Examen final	- Dominio de conocimientos - Capacidad de relacionar conceptos - Análisis crítico	50
	- Adecuación a las pautas establecidas por la docente sobre formato y plazo de presentación.	

Realización de un trabajo en grupo vinculado a un proyecto de APS (elaboración de un plan de comunicación)	- Calidad formal - Creatividad en la resolución del problema - Capacidad estratégica	40 %
Evaluación de la participación activa en clase de los alumnos.	- Capacidad de análisis - Capacidad crítica - Capacidad argumentativa	10 %

Calificaciones

ACLARACIONES IMPORTANTES sobre la evaluación

El incurrir en una falta académica grave, como es el **plagio** de materiales previamente publicados o el **copiar** en el examen u otra actividad evaluada, o no respetar las normas de convivencia básicas puede llevar a la apertura de un expediente sancionador y la pérdida de dos convocatorias.

Para poder presentarse a la convocatoria ordinaria es requisito no haber faltado injustificadamente a más de un tercio de las clases. De no cumplir este requisito, el alumno podrá perder las convocatorias ordinaria y extraordinaria (art. 93.1 del Reglamento General)

BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS

Bibliografía Básica

Santana, Eva (2021). *El plan de comunicación paso a paso*. Barcelona: Hoaki Books.

Smith, R.D. (2017). Strategic Planning for Public Relations. New York: Routledge

Bibliografía Complementaria

Alard, J. y Monfort, A (2017). Plan de comunicación on y off en la práctica. Madrid: ESIC Editorial.

Austin, E. W. and Pinkleton, B. E. (2015). *Strategic Public Relations Management: planning and managing effective communication campaigns*. New York: Routledge.

Berceruelo, B. [coord.] (2016). *Comunicación empresarial*. Madrid: Estudio de Comunicación.

Molina Cañabate, J. P. (2017). *Comunicación corporativa. Guía de supervivencia*. Madrid: Grupo 5.

Percy, L. (2014). Strategic Integrated Marketing Communications. New York: Routledge

Pickton, D. and Broderick, A. (2005). *Integrated Marketing Communications*. London: Prentice Hall Financial Times.

Other resources

Magazines and other publications:

www.dircom.org/publicaciones

www.communication-director.com

www.topcomunicacion.com

www.prnoticias.com

www.prweek.com

Relevant Associations & Institutions:

www.corporateexcellence.org (Centre for Reputation Leadership)

www.dircom.org (Asociación de Directores de Comunicación)

www.iabc.com (International Association of Business Communicators)

www.globalalliancepr.org (Confederation of the world's major PR and communication management associations and institutions)

www.eacd-online.eu (European Association of Comm. Directors)

www.instituteforpr.com (Institute for Public Relations)

www.ipra.org (International Public Relations Association)

En cumplimiento de la normativa vigente en materia de **protección de datos de carácter personal**, le informamos y recordamos que puede consultar los aspectos relativos a privacidad y protección de datos que ha aceptado en su matrícula entrando en esta web y pulsando "descargar"
https://servicios.upcomillas.es/sedeelectronica/inicio.aspx?csv=02E4557CAA66F4A81663AD10CED66792