



FICHA TÉCNICA DE LA ASIGNATURA

Datos de la asignatura	
Nombre completo	Comunicación estratégica: persuasión vs. Información / Strategic Communication: Persuasion vs. Information
Código	E000014146
Título	Ingeniería (DES)
Nivel	Reglada Grado Europeo
Cuatrimestre	Semestral
Créditos	3,0 ECTS
Carácter	Obligatoria (Grado)
Departamento / Área	Departamento de Traducción e Interpretación y Comunicación Multilingüe
Responsable	Roberto Rodríguez Andrés
Descriptor	La asignatura "Comunicación Estratégica: persuasión vs. información" / "Strategic Communication: persuasion vs. information" tiene el objetivo de sentar las bases teórico-prácticas de la Comunicación Corporativa y Política, de tal forma que sirve como marco introductorio y como fundamento disciplinar para el resto de materias que conforman el grado, permitiendo a los alumnos adquirir los conocimientos básicos que serán profundizados con posterioridad en otras asignaturas.

Datos del profesorado	
Profesor	
Nombre	Roberto Rodríguez Andrés
Departamento / Área	Departamento de Traducción e Interpretación y Comunicación Multilingüe
Despacho	Sala de profesores de Cantoblanco
Correo electrónico	rrodriguez@comillas.edu

DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

Contextualización de la asignatura	
Competencias - Objetivos	
Competencias	
Conocimientos o contenidos	
CN01	Comprende cabalmente las teorías de la comunicación y la importancia de la geografía, historia, política y diversidad cultural de los distintos países relevantes, en cuanto a medios de comunicación, identidades nacionales y diferencias culturales.
CN02	Conoce y comprende las dinámicas y la estructura y función de los medios de comunicación a nivel nacional e internacional
Habilidades o destrezas	



CT01	Puede trabajar de manera independiente y en equipo, planificando y ejecutando proyectos de comunicación complejos
HB01	Puede buscar, analizar y sintetizar información de fuentes diversas aplicando técnicas de investigación social cualitativas y cuantitativas
HB02	Sabe desenvolverse en la comunicación oral y escrita, adaptando su estilo personal a diversos contextos, y emplea eficazmente recursos verbales y no verbales en situaciones interpersonales e interculturales
HB03	Puede analizar críticamente el impacto de la comunicación en las sociedades contemporáneas, evaluando situaciones comunicativas en contextos multiculturales y globales e identificando problemas derivados de estas diferencias

BLOQUES TEMÁTICOS Y CONTENIDOS

Contenidos – Bloques Temáticos

Bloque I: INTRODUCCIÓN A LA ASIGNATURA

Tema 1: ¿Qué es la comunicación estratégica? Concepto y ámbitos de actuación

Tema 2: La noción de Comunicación Estratégica

Tema 3: La noción de Comunicación Estratégica en el ámbito militar (STRATCOM)

Bloque II: ÁREAS DE LA COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA

Tema 4: Publicidad y Marketing

Tema 5: Relaciones Públicas y Relaciones con los Medios

Tema 6: Propaganda y Comunicación Política

Tema 7: Protocolo

Tema 8: Comunicación interna

Tema 9: Comunicación de crisis

Tema 10: Comunicación digital

Tema 11: Responsabilidad Social Corporativa

Tema 12: Asuntos Públicos

Bloque III: FUNDAMENTOS TEÓRICOS Y ÉTICOS DE LA COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA COMO FENÓMENO PERSUASIVO

Tema 13: Persuasión, convicción y seducción



Tema 14: Persuasión y disuasión

Tema 15: Persuasión y coacción

Tema 16: Persuasión y manipulación

Tema 17: Concepto de persuasión como base ética para la comunicación estratégica

METODOLOGÍA DOCENTE

Aspectos metodológicos generales de la asignatura

La metodología docente aplicada consistirá en lecciones magistrales intercaladas

con preguntas y participación del alumno, así como de otras actividades

prácticas, tales como:

1. Debate de casos prácticos.
2. Ejecuciones de prácticas grupales.

RESUMEN HORAS DE TRABAJO DEL ALUMNO

HORAS PRESENCIALES	
AF01 Lecciones de carácter expositivo	AF02 Ejercicios prácticos/resolución de problemas
20.00	10.00
HORAS NO PRESENCIALES	
AF05 Estudio personal y documentación	AF03 Trabajos individuales/grupales
40.00	15.00
CRÉDITOS ECTS: 3,0 (85,00 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:	- Dominio de los conocimientos.	



Prueba final escrita en la que se deberá contestar a preguntas de conocimiento y comprensión de conjunto.	- Capacidad de relacionar conocimientos para una comprensión de conjunto. - Claridad y concisión de la exposición.	75 %
Evaluación de ejercicios prácticos/resolución de problemas Tests de actualidad	- Conocimiento de la actualidad internacional por parte de los alumnos	20 %
Participación activa del alumno	- Participación en clase	5 %

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 su 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 al examen final es requisito **no haber faltado injustificadamente a más de un tercio de las clases**. De no cumplir este requisito, el alumno perderá las convocatorias ordinaria y extraordinaria (art. 93.1 del Reglamento General). La no asistencia a la primera hora de una clase doble significa haber faltado a toda la sesión, independientemente de si el alumno asista o no a la segunda hora.
- 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.

BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS

Bibliografía Básica

Material aportado por el profesor.

Bibliografía Complementaria

Argenti, Paul (2014). *Comunicación estratégica*. Madrid: LID.

Barquero Cabrero, José Daniel (2005). *Comunicación estratégica: relaciones públicas, publicidad y marketing*. Madrid: McGraw-Hill.

Martín Martín, Fernando (2006). *Comunicación empresarial e institucional*. Madrid: Universitas.

Pintado Blanco, Teresa (2014). *Nuevas tendencias en comunicación estratégica*. Madrid: ESIC.