



FICHA TÉCNICA DE LA ASIGNATURA

Datos de la asignatura	
Nombre Completo	Institutional Communication
Código	E000008007
Título	Grado en Comunicación Internacional / Bachelor in Global Communication
Impartido en	Grado en Relaciones Internacionales y Grado en Comun. Internal. - Bachelor in Global Communication [Tercer Curso]
Nivel	Reglada Grado Europeo
Cuatrimestre	Semestral
Créditos	6,0
Carácter	Obligatoria (Grado)
Departamento / Área	Departamento de Traducción e Interpretación y Comunicación Multilingüe
Descriptor	Características específicas de las administraciones públicas frente a las empresas. Especificidades de comunicación en el entorno institucional público.

Datos del profesorado	
Profesor	
Nombre	Verónica Hurtado Oldridge
Departamento / Área	Departamento de Traducción e Interpretación y Comunicación Multilingüe
Correo electrónico	vhurtado@comillas.edu

DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

Contextualización de la asignatura
Aportación al perfil profesional de la titulación
<p>Este curso ofrece una aproximación general a la comunicación de instituciones públicas y ONGs, además de ofrecer las bases necesarias para el diseño de planes de comunicación de estas organizaciones. Está enfocado a aquellos alumnos que quieren comprender la creciente importancia de las estrategias de comunicación dentro de la estrategia global de organizaciones públicas y/o sin ánimo de lucro. Hoy la propia existencia de instituciones de diferente naturaleza pasa por la activación de interacciones comunicacionales con los "stakeholders" implicados en su realidad cotidiana: managers, empleados, socios, usuarios/clientes, público general, otras instituciones, medios de comunicación, etc. Se ofrecerán herramientas a los alumnos para entender y activar estas interacciones.</p> <ol style="list-style-type: none">1. Comprender la naturaleza y objetivos de las instituciones.2. Distinguir las diferentes perspectivas, semejanzas y diferencias, entre la comunicación pública y privada.3. Familiarizarse con la dimensión práctica de lo que significa una estrategia de comunicación.



4. Saber definir con éxito los públicos objetivos con los que se ha de trabajar, y saber cómo aproximarse a ellos con los mensajes y medios correctos.
5. Capacitarse para evaluar con rigor la comunicación existente de diferentes instituciones.
6. Diseñar, y presentar en público, un caso práctico de diseño de un plan de comunicación para una institución.

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
CG04	Capacidad de comunicación oral y escrita en cuatro lenguas	
	RA1	Expresa sus ideas de forma estructurada, inteligible y convincente
	RA2	Interviene ante un grupo con seguridad y soltura
	RA3	Escribe con corrección



	RA4	Presenta documentos estructurados y ordenados
CG06	Capacidad de pensar y gestionar estratégicamente en el contexto de la comunicación internacional	
	RA1	Reflexiona sobre las mejores estrategias aplicables a cada situación
	RA1	Gestiona situaciones diversas de manera dinámica, e identifica 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.
CG08	Habilidades de gestión de la información en un entorno de comunicación	
	RA1	Es capaz de buscar y analizar información procedente de fuentes diversas
	RA2	Dispone de diversas estrategias de búsqueda documental
	RA3	Cita adecuadamente dichas fuentes.
	RA4	Incorpora la información a su propio discurso
	RA5	Maneja bases de datos relevantes para el área de estudio
	RA6	Contrasta las fuentes, las critica y hace valoraciones propias
CG10	Capacidad de adaptación al entorno internacional y a las nuevas situaciones	
	RA1	Mantiene el dinamismo y el control en situaciones de presión de tiempo, desacuerdo, oposición o adversidad
	RA2	Aplica conocimientos y formas de actuación contrastadas en situaciones conocidas a otras que son nuevas o inesperadas
CG11	Capacidad de resolución de problemas en el contexto de la comunicación internacional	
	RA2	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)
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		
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
CE27		Conoce los procesos básicos y las estructuras organizativas de empresas e instituciones
	RA1	Conoce los rasgos específicos de la estructura y el funcionamiento de las instituciones políticas y de la administración
	RA2	Conoce los rasgos específicos de la estructura característica y el funcionamiento de organizaciones de carácter empresarial y de naturaleza privada
	RA3	Es consciente de las diferencias entre ambas, y de la importancia de estos aspectos, y de sus rasgos específicos, para el correcto desempeño de su actividad profesional
CE28		Conoce los principios y las prácticas de la comunicación externa e interna de las empresas e instituciones
	RA1	Es capaz de comprender y gestionar la comunicación interna en las organizaciones
	RA2	Valora los distintos factores que inciden en las estrategias de comunicación de empresas e instituciones.



RA3	Es capaz de gestionar las relaciones de la empresa con sus principales grupos de interés a través de políticas de asuntos públicos
RA4	Es capaz de diseñar planes y estrategias de comunicación complejos

BLOQUES TEMÁTICOS Y CONTENIDOS

Contenidos – Bloques Temáticos

La comunicación institucional:

- El entorno de los organismos públicos:
- Características específicas de las administraciones públicas frente a las empresas.
- Especificidades de la comunicación en el entorno institucional público.
- Imagen exterior de países (Marca País)

El ciudadano como audiencia.

El modelo comunicativo.

- Planes de comunicación externa
- Comunicación Interna
- RRPP
- Eventos y Protocolo

Comunicación de crisis

Reputación de los organismos públicos

METODOLOGÍA DOCENTE

Aspectos metodológicos generales de la asignatura

El curso, en sus contenidos, ofrece una combinación entre teoría y práctica. Siendo su objetivo principal el aprendizaje de las aplicaciones prácticas de los elementos que están en juego para desarrollar una comunicación exitosa en función de los objetivos de cada organización/institución. Se trabajará el análisis de casos reales para asimilar el proceso de construcción y diseño de un buen plan de comunicación institucional.

Metodología No presencial: Actividades

Trabajos individuales/grupales

CG02, CG04,
CG06, CG08,
CG10, CG12,
CG17, CG20,
CE09, CE23



Estudio personal y documentación	CG01, CG08, CG17, CE09, CE23, CE27, CE28
Ejercicios prácticos/resolución de problemas	CG01, CG02, CG06, CG10, CG11, CG12, CG17, CE09, CE23

RESUMEN HORAS DE TRABAJO DEL ALUMNO

HORAS PRESENCIALES		
HORAS NO PRESENCIALES		
Estudio personal y documentación	Trabajos individuales/grupales	Ejercicios prácticos/resolución de problemas
70.00	40.00	40.00
CRÉDITOS ECTS: 6,0 (150,00 horas)		

EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

Actividades de evaluación	Criterios de evaluación	Peso
Examen final	<ul style="list-style-type: none"> - Dominio de los conocimientos. - Capacidad de relacionar conocimientos para una comprensión de conjunto. - Claridad y concisión. 	55 %
<ul style="list-style-type: none"> - Trabajo individual, escrito: <ul style="list-style-type: none"> • Supuesto práctico: briefing objetivos y stakeholders Marca País (10%) • Supuesto práctico: planes de comunicación externa (5%) - 	<ul style="list-style-type: none"> - Adecuación a las pautas establecidas por el profesor. - Claridad y concisión. - Análisis crítico de la información consultada. 	15 %
<ul style="list-style-type: none"> - Tests de evaluación online (20%) y preguntas abiertas (5%) 	<ul style="list-style-type: none"> - Adecuación de los contenidos al tema planteado. - Claridad y concisión y utilidad de la exposición. - Capacidad de síntesis - Calidad formal de la presentación 	25 %



Participación activa del alumno (5%)	-Puntualidad en la entrega de tareas -Presentación de todos los supuestos - Seguimiento del curso	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.

BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS

Bibliografía Básica

- Abascal, F. (1994) Cómo se hace un plan estratégico. Teoría del marketing estratégico. ESIC Madrid.
- Argentini, P. (2002) Corporate Communications. Mcgraw Hill NY
- Majken, S; Yuni A. Fabian, F.(2005) Corporate Branding: Purpose/People/Process Copenhagen Business School Press. Copenhagen.
- Norris, Pippa (2009)Cosmopolitan Communications. CUP, Cambridge
- Canel, M.J (2010) Comunicación de las instituciones públicas. Tecnos. Madrid
- Bernays, E. (2008) Propaganda. Melusina. Madrid
- Arroyo, L. Yus, M. (2011) Los cien errores en la comunicación de las organizaciones. ESIC. Madrid
- Núñez, A. (2007) Será mejor que lo cuentes ! Los relatos como herramienta de comunicación (storytelling) Empresa Activa. Madrid
- Price, V. (1994) La opinión pública. Paidós. Barcelona
- Salmon (2008) Storytelling, la máquina de fabricar historias y formatear mentes. Península. Barcelona
- Wood, L. V. (2002) Corporate Storytelling: Planning and creating internal communications. Grende Press
- Lakoff, G (2007) No pienses en un elefante. Complutense. Madrid
- Lakoff, G (2008) The political Mind. Viking



COMILLAS

UNIVERSIDAD PONTIFICIA

ICAI

ICADE

CIHS

**GUÍA DOCENTE
2018 - 2019**

Bartoli, A. (1992) Comunicación y Organización. La organización comunicante y la comunicación organizada. Paidós. Barcelona.

Luque, E (1996) Antropología Política. Ariel. Barcelona

Sennet, R. (2002) El declive del hombre público. Península. Barcelona

Linier J. (2014) How owns the future?. Simon & Schuster. NY

Mooj de, M. (1997) Global marketing and advertising. SAGE. London

Bibliografía Complementaria

Materiales aportados por el profesor.