



COMILLAS

UNIVERSIDAD PONTIFICIA

ICAI

ICADE

CIHS

GUÍA DOCENTE

2024 - 2025

FICHA TÉCNICA DE LA ASIGNATURA

| Datos de la asignatura | |
|------------------------|---|
| Nombre completo | Comunicación corporativa - Corporate Communication |
| Código | E000009166 |
| Título | Grado en Comunicación Internacional - Bachelor in Global Communication por la Universidad Pontificia Comillas |
| Impartido en | Grado en Traducción e Interpretación y Grado en Comun. Internal. - Bachelor in Global Communication [Quinto Curso] |
| Nivel | Reglada Grado Europeo |
| Cuatrimestre | Semestral |
| Créditos | 6,0 ECTS |
| Carácter | Obligatoria (Grado) |
| Departamento / Área | Departamento de Traducción e Interpretación y Comunicación Multilingüe |
| Descriptor | El papel de la comunicación en las organizaciones. El DirCom: responsabilidad y funciones. Herramientas y estrategias teórico-prácticas para la gestión de la comunicación. |

| Datos del profesorado | |
|-----------------------|--|
| Profesor | |
| Nombre | Sonia Aránzazu Ferruz González |
| Departamento / Área | Departamento de Traducción e Interpretación y Comunicación Multilingüe |
| Correo electrónico | saferruz@comillas.edu |

DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

| Contextualización de la asignatura |
|--|
| Aportación al perfil profesional de la titulación |
| Gestión de la comunicación corporativa, identidad, personalidad y cultura corporativa. Imagen corporativa. Marca y reputación corporativa. Relaciones con los medios de comunicación. Relaciones con los stakeholders. Técnicas de comunicación interna. Responsabilidad Social Corporativa: Concepto y papel en las organizaciones; dimensiones y reporting. Gestión de crisis de comunicación. |
| 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) |
| CG14 | Capacidad para aplicar las habilidades interpersonales en el entorno profesional de la comunicación | |
| | RA1 | Utiliza el diálogo para colaborar y generar buenas relaciones |
| | RA2 | Muestra capacidad de empatía y diálogo constructivo |
| | RA3 | Valora el potencial del conflicto como motor de cambio e innovación |
| | RA4 | Es capaz de despersonalizar las ideas en el marco del trabajo en grupo para orientarse a la tarea |
| 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 | | |
| 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

Unit 1. Defining Corporate Communication

Unit 2. Corporate Reputation

Unit 3. Corporate Identity and Branding

Unit 4. Communication Strategy

Unit 5. Research and Measurement

Unit 6. Media Relations



Unit 7. Internal Communication

Unit 8. Issues management and Crisis Communication

Unit 9. Leadership and Communication

Unit 10. Corporate Social Responsibility (CSR)

METODOLOGÍA DOCENTE

Aspectos metodológicos generales de la asignatura

La asignatura Corporate Communication consta de 6 ECTS. La metodología empleada se denomina 'flipped classroom'. Es decir, 'clase invertida'. A diferencia de la 'tradicional' en la que el profesor expone contenidos y el alumno los estudia en su casa, esta metodología invierte el proceso: **el alumno prepara los contenidos antes de acudir al aula y la clase se emplea para la aclaración de dudas, la exposición pública, la discusión y el debate**. De esta manera, se prioriza un aprendizaje más autónomo y cooperativo, que facilita la adquisición de las competencias enumeradas más arriba y permite el desarrollo de habilidades personales y profesionales de suma importancia para el desempeño en el ámbito de la Comunicación.

Al inicio del curso, el alumno dispondrá de un cronograma con los temas que se abordarán cada uno de los días y los materiales que deben ser leídos antes de acudir a clase. Tras la lectura, deberá responder a preguntas, que le permitirán, tanto a él como al profesor, conocer el grado de comprensión. En el aula, el alumno trabajará en equipo, determinando lo que es relevante, discutiendo los aspectos más controvertidos, aclarando las dudas y exponiendo públicamente los resultados mediante mapas mentales o power points.

Respecto a la parte no presencial, el alumno – además de preparar los contenidos para cada clase- deberá preparar un trabajo en grupo de acuerdo con las indicaciones que se le faciliten.

Metodología Presencial: Actividades

| | |
|--|--|
| Lecciones de carácter expositivo | CG01, CG08, CE09, CE27, CE28 |
| Ejercicios prácticos/resolución de problemas | CG01, CG02, CG04, CG06, CG08, CG10, CG11, CG12, CG14, CG15, CG16, CG17, CG20, CE09 |
| Exposiciones individuales/grupales | CG01, CG02, CG04, CG06, CG08, CG10, CG11, CG12, CG14, CG16, CG20, CE23 |

Metodología No presencial: Actividades

| | |
|----------------------------------|--|
| Trabajos individuales/grupales | CG01, CG02, CG04, CG06, CG08, CG11, CG15, CG16, CG20, CE23 |
| Estudio personal y documentación | CG06, CG11, CG12, CG16, CE09, CE23, CE27, CE28 |



RESUMEN HORAS DE TRABAJO DEL ALUMNO

| HORAS PRESENCIALES | | |
|-----------------------------------|--|----------------------------------|
| Lecciones de carácter expositivo | Ejercicios prácticos/resolución de problemas | Exposición individuales/grupales |
| 15.00 | 39.00 | 6.00 |
| HORAS NO PRESENCIALES | | |
| Estudio personal y documentación | Trabajos individuales/grupales | |
| 80.00 | 10.00 | |
| CRÉDITOS ECTS: 6,0 (150,00 horas) | | |

EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

| Actividades de evaluación | Criterios de evaluación | Peso |
|---|--|------|
| Exámenes Pruebas escritas | <ul style="list-style-type: none">• Dominio de los conocimientos.• Capacidad de relacionar conocimientos para una comprensión de conjunto.• Claridad y concisión de la exposición. | 50 |
| Asistencia y Participación activa del alumno/a en clase | <ul style="list-style-type: none">• Aportación de puntos de vista razonados a partir del estudio teórico.• Apertura frente a otros puntos de vista y capacidad de variar su criterio inicial. | 25 |
| Elaboración de trabajo en grupo (Podcast) | <ul style="list-style-type: none">• Adecuación a las pautas establecidas por el profesor/a.• Estructura, claridad y concisión.• Manejo de fuentes y citas.• Análisis crítico de la información consultada.• Espíritu creativo.• Capacidad de exposición pública | 25 |

Calificaciones

Incurrir en una falta académica grave, como es el **plagio** de materiales previamente publicados o el **copiar** en su examen u otra actividad evaluada, **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).

El trabajo en grupo **tiene carácter obligatorio tanto en la convocatoria ordinaria como en la extraordinaria. En ambas convocatorias se aplicará el mismo criterio y porcentajes de evaluación.**

Para los casos de mal uso o uso indebido de las herramientas o recursos informáticos, se tomará en cuenta el Reglamento General.



BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS

Bibliografía Básica

Libros de texto

Cornelissen, J. P. (2023). *Corporate Communication. A Guide to Theory and Practice*. UK: Sage Publications.

Luoma-aho, Vilma y Badham, Mark (2023). *Handbook on Digital Corporate Communication*. UK: EE Publishing.

Sapna, M. S. (2020). *Corporate Communication. Trends and Features*. Chennai: Notion Press.

Bibliografía Complementaria

Alessandri, S. (2001): Modeling corporate identity: a concept explication and theoretical explanation. *Corporate Communications: An International Journal*, 6: 4, 173-182.

Argenti, Paul (2023). *Corporate Communication*. New York, McGraw Hill.

Balmer, J. (2001): Corporate identity, corporate branding and corporate marketing: seeing through the fog, *European Journal of Marketing*, 35: 3/4, 248-291.

Belch G.E. and Belch M.A. (2009). *Advertising and Promotion. An integrated marketing and communication perspective*. New York, McGraw Hill

Bernstein, J. (2011). *Manager's Guide to Crisis Management*. New York: McGraw-Hill.

Berton, L. (1993). *Crisis in organizations: Managing and communicating in the heat of chaos*. OH:South Western Publishing Company, Cincinnati.

Carroll, CE (2013). *The Handbook of Communication and Corporate Reputation*. New York: Wiley-Blackwell, Inc.2.

Chandler, D. (2017). *Strategic Corporate Social Responsibility*. Thousand Oaks: Sage Publications.

Cowan, D. (2017). *Strategic Internal Communication*. London: Kogan Page.

Dacin, P. y Brown, T. (2002): Corporate identity and corporate associations: a framework for future research · *Corporate Reputation Review*, 5: 2/3, 254-253.

Ferrell O.C., Thorne D. & Ferrell L. (2010). *Social Responsibility and Business*, Boston, South-Western, Cengage Learning.

Fill, C. (2002). *Marketing Communications. Context, strategies and applications*. FT Prentice Hall, England.

FitzPatrick, L. y Dewhurst, S. (2019). *Successful employee communication*. London: Kogan Page .

Fombrun, C y Shanley, M. (1989): What's in a name? Reputation building and corporate strategy *Academy of Management Journal*, 33:2, 233-258

García Santamaría, J. V. (2020). *Las nuevas fronteras de la comunicación corporativa*. Libro digital. Editorial UOC.

Gregory, A. and Willis, P. (2013). *Strategic Public Relations Leadership*. London: Routledge.

Griffin, A. (2014). *Crisis, Issues and Reputation Management*. London: Kogan Page.



COMILLAS

UNIVERSIDAD PONTIFICIA

ICAI

ICADE

CIHS

GUÍA DOCENTE

2024 - 2025

Hartman, L.P. y Werhane, P.H. Eds. (2009). The Global Corporation: Sustainable, effective and ethical practices, case book, London, Routledge.

Izzo, J. y Vanderwielen, J. (2018). The Purpose Revolution. Oakland: BK Publishers.

Kitchen, Philip J. and Schultz, Don E. (2001). Raising the Corporate Umbrella: Corporate Communications in the 21st Century. Palgrave.

Kotler, P. (2008). Marketing management: Analysis, planning, and control, Prentice-Hall.

Macnamara, J. (2016). Organizational listening: the missing essential in public communication. New York: Peter Lang

Moss, D. and DeSanto, B. (2011). Public Relations: A Managerial Perspective. London: Sage.

Romero Rodríguez, L. M. (2020). Manual de gestión de la comunicación corporativa. Madrid: Tecnos.

Quirke, B. (2016). Making the Connections: Using Internal Communication to Turn Strategy into Action. New York: Routledge.

Tench, R., Verčič, D., Zerfass, A., Moreno, A., Verhoeven, P. (2017). Communication excellence: How to develop, manage and lead exceptional communications. London: Palgrave Macmillan.

Smith, R. D. (2013). Strategic Planning for Public Relations. New York, NY: Routledge Publishers.

Villafaña, J. (2013). La buena empresa. Madrid: Pearson Educación.

WEB

<http://www.awpagesociety.com/> (Arthur W. Page Society)

<https://www.holmesreport.com/> (The Holmes Report)

<http://www.instituteforpr.org/> (Institute For Public Relations)

<https://www.ipra.org/> (International Public Relations Association -IPRA)

<https://gcs.civilservice.gov.uk/guidance/campaigns/strategy-planning-templates/> (GCS campaign and strategy templates)

<http://www.dircom.org> (Asociación de Directivos de Comunicación)

<https://www.prnewsonline.com/> (PR News)

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/sedelectronica/inicio.aspx?csv=02E4557CAA66F4A81663AD10CED66792](https://servicios.upcomillas.es/sedeelectronica/inicio.aspx?csv=02E4557CAA66F4A81663AD10CED66792)