



## FICHA TÉCNICA DE LA ASIGNATURA

Datos de la asignatura	
Nombre completo	Comunicación estratégica: persuasión vs. información - Strategic Communication: Persuasion vs. Information
Código	E000006178
Título	<a href="#">Grado en Comunicación Internacional - Bachelor in Global Communication por la Universidad Pontificia Comillas</a>
Impartido en	Grado en Relaciones Internacionales y Grado en Comun. Internal. - Bachelor in Global Communication [Primer Curso] Grado en Traducción e Interpretación y Grado en Comun. Internal. - Bachelor in Global Communication [Primer 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 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
<b>Aportación al perfil profesional de la titulación</b>
<ol style="list-style-type: none"><li>1. Conocimientos de qué es la comunicación estratégica en las organizaciones y cuáles son las distintas aplicaciones de esta materia en el ámbito corporativo y político.</li><li>2. Conocer las bases teórico-éticas de la persuasión como fundamento de la comunicación estratégica y la diferencia con otros fenómenos como la información, convicción, seducción, disuasión, coacción y manipulación.</li><li>3. Habilidades básicas para desarrollar la comunicación en organizaciones e implementar planes de comunicación.</li></ol>



## Competencias - Objetivos

### Competencias

#### GENERALES

<b>CG04</b>	Capacidad de comunicación oral y escrita en cuatro lenguas	
	<b>RA1</b>	Expresa sus ideas de forma estructurada, inteligible y convincente
	<b>RA2</b>	Interviene ante un grupo con seguridad y soltura
	<b>RA3</b>	Escribe con corrección
	<b>RA4</b>	Presenta documentos estructurados y ordenados
	<b>RA5</b>	Elabora, cuida y consolida un estilo personal de comunicación, tanto oral como escrita, y valora la creatividad en estos ámbitos
<b>CG07</b>	Capacidad de aprendizaje y actualización permanente en el ámbito de la comunicación	
	<b>RA1</b>	Determina el alcance y la utilidad práctica de las nociones teóricas
	<b>RA2</b>	Relaciona los conocimientos con las distintas aplicaciones profesionales o prácticas
	<b>RA3</b>	Se muestra abierto e interesado por nuevas informaciones
	<b>RA4</b>	Cambia y adapta sus planteamientos iniciales a la luz de nuevas informaciones
	<b>RA5</b>	Establece relaciones y elabora síntesis propias sobre los contenidos trabajados
<b>CG08</b>	Habilidades de gestión de la información en un entorno de comunicación	
	<b>RA1</b>	Es capaz de buscar y analizar información procedente de fuentes diversas
	<b>RA2</b>	Dispone de diversas estrategias de búsqueda documental
	<b>RA3</b>	Cita adecuadamente dichas fuentes
	<b>RA4</b>	Incorpora la información a su propio discurso
	<b>RA5</b>	Maneja bases de datos relevantes para el área de estudio
	<b>RA6</b>	Contrasta las fuentes, las critica y hace valoraciones propias
<b>CG14</b>	Capacidad para aplicar las habilidades interpersonales en el entorno profesional de la comunicación	
	<b>RA1</b>	Utiliza el diálogo para colaborar y generar buenas relaciones.
	<b>RA2</b>	Muestra capacidad de empatía y diálogo constructivo



	<b>RA3</b>	Valora el potencial del conflicto como motor de cambio e innovación
	<b>RA4</b>	Es capaz de despersonalizar las ideas en el marco del trabajo en grupo para orientarse a la tarea
<b>CG17</b>	Capacidad de planificar y gestionar el tiempo	
	<b>RA1</b>	Planifica su trabajo personal de una manera viable y sistemática
	<b>RA2</b>	Se integra y participa en el desarrollo organizado de un trabajo en grupo
	<b>RA3</b>	Planifica un proyecto complejo
<b>CG20</b>	Capacidad de compromiso ético en el desarrollo de su actividad profesional	
	<b>RA1</b>	Adecua su actuación a los valores propios del humanismo y la justicia
	<b>RA2</b>	Muestra una conducta coherente con los valores que enseña
	<b>RA3</b>	Se considera a sí mismo como agente de cambio social
	<b>RA4</b>	Procura defender los derechos humanos ante sus compañeros
	<b>RA5</b>	Se preocupa por las consecuencias que su actividad y su conducta puede tener para los demás
<b>ESPECÍFICAS</b>		
<b>CE02</b>	Sabe distinguir las diferentes formas de comunicación y sus funciones	
	<b>RA1</b>	Posee una visión práctica y sistematizada de las formas y los procesos de la comunicación
	<b>RA2</b>	Conoce, describe e interpreta los elementos y las funciones de la comunicación
	<b>RA3</b>	Comprende y maneja los parámetros que le permiten distinguir y comparar las diferentes formas de comunicación y sus funciones

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

Tema 4: Aproximación inicial al concepto de persuasión



# COMILLAS

UNIVERSIDAD PONTIFICIA

ICAI

ICADE

CIHS

GUÍA DOCENTE

2024 - 2025

Tema 5: Persuasión e información

Tema 6: Persuasión, convicción y seducción

Tema 7: Persuasión y disuasión

Tema 8: Persuasión y coacción

Tema 9: Persuasión y manipulación

Tema 10: Concepto de persuasión como base ética para la comunicación estratégica

### **Bloque III: ÁREAS DE LA COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA**

Tema 11: Publicidad y Marketing

Tema 12: Relaciones Públicas y Relaciones con los Medios

Tema 13: Propaganda y Comunicación Política

Tema 14: Protocolo

Tema 15: Comunicación interna

Tema 16: Comunicación de crisis

Tema 17: Comunicación digital

Tema 18: Responsabilidad Social Corporativa

Tema 19: Asuntos Públicos

## **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.*

### **Metodología Presencial: Actividades**

Lecciones de carácter expositivo

CG07, CG08, CG14

Ejercicios prácticos/resolución de problemas

CG04, CE02

Trabajos individuales/grupales

CG04, CG20, CE02



## Metodología No presencial: Actividades

Estudio personal y documentación	CG07, CG08, CG17
----------------------------------	------------------

## RESUMEN HORAS DE TRABAJO DEL ALUMNO

HORAS PRESENCIALES	
Lecciones de carácter expositivo	Ejercicios prácticos/resolución de problemas
20.00	10.00
HORAS NO PRESENCIALES	
Estudio personal y documentación	Trabajos individuales/grupales
40.00	15.00
CRÉDITOS ECTS: 3,0 (85,00 horas)	

## EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

Actividades de evaluación	Criterios de evaluación	Peso
Examen: <u>Prueba final escrita</u> en la que se deberá contestar a preguntas de conocimiento y comprensión de conjunto.	- Dominio de los conocimientos. - 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



# COMILLAS

UNIVERSIDAD PONTIFICIA

ICAI

ICADE

CIHS

GUÍA DOCENTE

2024 - 2025

o no a la segunda hora.

## 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.

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>