



## FICHA TÉCNICA DE LA ASIGNATURA

Datos de la asignatura	
Nombre completo	Comunicación Institucional - Institutional Communication
Código	E000008007
Título	<a href="#">Grado en Comunicación Internacional - Bachelor in Global Communication por la Universidad Pontificia Comillas</a>
Impartido en	Grado en Traducción e Interpretación y Grado en Comun. Internal. - Bachelor in Global Communication [Cuarto 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	Características específicas de las administraciones públicas frente a las empresas. Especificidades de comunicación en el entorno institucional público.

Datos del profesorado	
Profesor	
Nombre	Manuel Romero González Llanos
Departamento / Área	Departamento de Traducción e Interpretación y Comunicación Multilingüe
Correo electrónico	mrgonzalezllanos@comillas.edu

## DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

Contextualización de la asignatura
<b>Aportación al perfil profesional de la titulación</b>
<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"><li>1. Comprender la naturaleza y objetivos de las instituciones.</li><li>2. Distinguir las diferentes perspectivas, semejanzas y diferencias, entre la comunicación pública y privada.</li><li>3. Familiarizarse con la dimensión práctica de lo que significa una estrategia de comunicación.</li><li>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.</li></ol>



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

<b>CG01</b>	Capacidad para pensar de forma analítica, sintética y crítica en el contexto de la comunicación internacional	
	<b>RA1</b>	Describe, relaciona e interpreta situaciones y planteamientos sencillos.
	<b>RA2</b>	Selecciona los elementos más significativos y sus relaciones en textos complejos
	<b>RA3</b>	Identifica las carencias de información y establece relaciones con elementos externos a la situación planteada.
<b>CG02</b>	Capacidad para aplicar a la práctica los conocimientos de la comunicación en entornos internacionales	
	<b>RA1</b>	Determina el alcance y la utilidad práctica de las nociones teóricas
	<b>RA2</b>	Identifica correctamente los conocimientos aplicables a cada situación
	<b>RA3</b>	Relaciona los conocimientos con las distintas aplicaciones profesionales o prácticas
	<b>RA4</b>	Resuelve casos prácticos que presentan una situación profesional real
<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>CG06</b>	Capacidad de pensar y gestionar estratégicamente en el contexto de la comunicación internacional	
	<b>RA1</b>	Reflexiona sobre las mejores estrategias aplicables a cada situación
	<b>RA1</b>	Gestiona situaciones diversas de manera dinámica, e identifica los conocimientos y destrezas aplicables en cada caso



	<b>RA3</b>	Identifica y define adecuadamente el problema y sus posibles causas, antes de que su efecto se haga evidente
	<b>RA4</b>	Plantea posibles soluciones pertinentes y diseña un plan de acción para su aplicación.
<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>CG10</b>	Capacidad de adaptación al entorno internacional y a las nuevas situaciones	
	<b>RA1</b>	Mantiene el dinamismo y el control en situaciones de presión de tiempo, desacuerdo, oposición o adversidad
	<b>RA2</b>	Aplica conocimientos y formas de actuación contrastadas en situaciones conocidas a otras que son nuevas o inesperadas
<b>CG11</b>	Capacidad de resolución de problemas en el contexto de la comunicación internacional	
	<b>RA2</b>	Identifica y define adecuadamente el problema y sus posibles causas
	<b>RA2</b>	Plantea posibles soluciones pertinentes y diseña un plan de acción para su aplicación
	<b>RA3</b>	Identifica problemas antes de que su efecto se haga evidente.
	<b>RA4</b>	Insiste en la tarea y vuelve a intentarla cuando no se obtiene el resultado esperado o aparecen obstáculos
<b>CG12</b>	Capacidad de tomar decisiones en el ámbito de la comunicación internacional.	
	<b>RA1</b>	Dispone de la capacidad para tomar decisiones de una forma autónoma.
	<b>RA2</b>	Reconoce y busca alternativas a las dificultades de aprendizaje teórico y práctico
	<b>RA3</b>	Evalúa, selecciona y toma decisiones en ejercicios que simulan situaciones reales (estudios de caso o role plays)
<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>CE09</b>	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	
	<b>RA1</b>	Entiende el funcionamiento orgánico de la comunicación en los diversos entornos organizacionales
	<b>RA2</b>	Aplica con eficacia los conocimientos sectoriales a los procesos comunicativos en entornos organizativos complejos
	<b>RA3</b>	Es capaz de desarrollar estrategias de relaciones públicas con los stakeholders de referencia de la organización y liderar la relación con los mismos
	<b>RA4</b>	Es flexible y hábil en la comunicación vertical y horizontal
	<b>RA5</b>	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
	<b>RA6</b>	Posee unos conocimientos lingüísticos multilingües sólidos y los sabe aplicar en cada situación, desde la perspectiva de las relaciones públicas y del protocolo
<b>CE23</b>	Diseña propuestas de gestión de la comunicación estratégica en el ámbito profesional del título	
	<b>RA1</b>	Conoce el organigrama y cadena de comunicación dentro de las diferentes organizaciones
	<b>RA2</b>	Define tareas y establece plazos para todos los implicados en el proceso de comunicación en el entorno organizacional
	<b>RA3</b>	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



<b>CE27</b>	Conoce los procesos básicos y las estructuras organizativas de empresas e instituciones	
	<b>RA1</b>	Conoce los rasgos específicos de la estructura y el funcionamiento de las instituciones políticas y de la administración
	<b>RA2</b>	Conoce los rasgos específicos de la estructura característica y el funcionamiento de organizaciones de carácter empresarial y de naturaleza privada
	<b>RA3</b>	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
<b>CE28</b>	Conoce los principios y las prácticas de la comunicación externa e interna de las empresas e instituciones	
	<b>RA1</b>	Es capaz de comprender y gestionar la comunicación interna en las organizaciones
	<b>RA2</b>	Valora los distintos factores que inciden en las estrategias de comunicación de empresas e instituciones.
	<b>RA3</b>	Es capaz de gestionar las relaciones de la empresa con sus principales grupos de interés a través de políticas de asuntos públicos
	<b>RA4</b>	Es capaz de diseñar planes y estrategias de comunicación complejos

## BLOQUES TEMÁTICOS Y CONTENIDOS

### Contenidos – Bloques Temáticos

#### 1. 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.

#### 2. El ciudadano/a como audiencia

#### 3. Reputación de los organismos públicos

#### 4. El modelo comunicativo:

Planes de comunicación externa

Comunicación Interna

RRPP

Eventos y Protocolo



5. Imagen exterior de países (Marca País)

6. Comunicación de las ONGs

## 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"><li>- Dominio de los conocimientos.</li><li>- Capacidad de relacionar conocimientos para una comprensión de conjunto.</li><li>- Claridad y concisión.</li></ul>	55
Trabajo individual escrito y/o presentado:		



- Supuesto práctico sobre alguno de los temas expuestos en el curso; briefing de comunicación, Marca país, plan de comunicación interna o externa, estrategia de relaciones públicas y/o eventos y protocolo.	- Adecuación a las pautas establecidas por el profesor. - Claridad y concisión. - Análisis crítico de la información consultada.	20
- Tests de evaluación y preguntas abiertas	- Adecuación de los contenidos al tema planteado. - Claridad y concisión y utilidad de la exposición. - Capacidad de síntesis - Calidad formal de la presentación	20
Participación activa del alumno	-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

Arroyo, L. Yus, M. (2011). Los cien errores en la comunicación de las organizaciones. ESIC. Madrid

Canel, M.J.; Luoma-aho V. (2018). Public Sector Communication: Closing Gaps Between Citizens and Public Organizations. Wiley Blackwell. Medford

Garnett, JL; Kouzmin, A (1997). Handbook of Administrative Communication. Marcel Dekker Inc NY

Glenn, T. (2014.) Professional Communications in the Public Sector: A Practical Guide. Canadian Scholar's Press. Toronto

Lakoff, G. (2007). No pienses en un elefante. Complutense. Madrid

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

Manning, N.; Agere, S. (2002). Current Good Practices and New Developments in Public Sector Service Management. Commonwealth Secretarial London



# COMILLAS

UNIVERSIDAD PONTIFICIA

ICAI

ICADE

CIHS

GUÍA DOCENTE

2024 - 2025

Muriel, M.L.; Rota, G. (1989). Comunicación institucional: enfoque social de relaciones públicas

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

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

Temporal P. (2014). Branding for the Public Sector: Creating, Building and Managing Brands People Will Value. Wiley. Chichister.

Tench, R.; Yomans, L. (2009). Exploring Public Relations. Prentice Hall Essex

## Bibliografía Complementaria

Materiales aportados por el profesor.

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>