



## FICHA TÉCNICA DE LA ASIGNATURA

Datos de la asignatura	
<b>Nombre completo</b>	Planificación integrada de la comunicación - Integrated Communications Planning
<b>Código</b>	E000009169
<b>Título</b>	<a href="#">Grado en Comunicación Internacional - Bachelor in Global Communication por la Universidad Pontificia Comillas</a>
<b>Impartido en</b>	Grado en Relaciones Internacionales y Grado en Comun. Internal. - Bachelor in Global Communication [Cuarto Curso] Grado en Traducción e Interpretación y Grado en Comun. Internal. - Bachelor in Global Communication [Cuarto Curso]
<b>Nivel</b>	Reglada Grado Europeo
<b>Cuatrimestre</b>	Semestral
<b>Créditos</b>	3,0 ECTS
<b>Carácter</b>	Obligatoria (Grado)
<b>Departamento / Área</b>	Departamento de Traducción e Interpretación y Comunicación Multilingüe
<b>Descriptor</b>	La asignatura proporcionará al alumno el conocimiento técnico y las herramientas metodológicas para establecer planes integrales de comunicación en entornos profesionales diversos.

Datos del profesorado	
<b>Profesor</b>	
<b>Nombre</b>	Sonia Aránzazu Ferruz González
<b>Departamento / Área</b>	Departamento de Traducción e Interpretación y Comunicación Multilingüe
<b>Despacho</b>	Sala de profesores Cantoblanco
<b>Correo electrónico</b>	saferuz@comillas.edu

## DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

Contextualización de la asignatura
<b>Aportación al perfil profesional de la titulación</b>
<p>La gestión comunicativa en el entorno corporativo, institucional o político requiere una planificación estratégica integral de todos los elementos de comunicación externa e interna de los que se responsabiliza en la práctica habitual un DirCom. Resultado imprescindible de la planificación y base a su vez de la implementación de la política comunicativa es un Plan estratégico de comunicación integral, que estructura de forma coherente y completa la comunicación corporativa, la comunicación interna, la comunicación de crisis, las relaciones públicas y la RSC. El Plan de Comunicación es un factor crucial para la consecución de determinados logros y para ser capaces de integrar las estrategias y tácticas de los Planes de Marketing y Social Media, así como para controlar y medir el éxito de dichos objetivos.</p>



## Prerequisitos

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>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>RA2</b>	Gestiona situaciones diversas de manera dinámica, e idéntica 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>CG09</b>	Capacidad crítica y autocrítica	



	<b>RA1</b>	Analiza su propio comportamiento buscando la mejora de sus actuaciones
	<b>RA2</b>	Se muestra abierto a la crítica externa sobre sus actuaciones
	<b>RA3</b>	Detecta e identifica incoherencias, carencias importantes y problemas en una situación dada
<b>CG11</b>	Capacidad de resolución de problemas en el contexto de la comunicación internacional	
	<b>RA1</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>CG15</b>	Capacidad de liderazgo en el ámbito de la comunicación internacional.	
	<b>RA1</b>	Asume responsabilidades dentro de ejercicios de carácter académico o en el ejercicio de actividades prácticas
	<b>RA2</b>	Entiende y se responsabiliza que sus actuaciones pueden tener consecuencias sobre los demás
	<b>RA3</b>	Es capaz de organizar y/o coordinar equipos de trabajo
<b>CG16</b>	Capacidad de emprendimiento e innovación en áreas profesionales en el ámbito de la comunicación	
	<b>RA1</b>	Elabora trabajos adoptando enfoques originales
	<b>RA2</b>	Resuelve casos prácticos aportando soluciones nuevas y diferentes ante problemas y situaciones habituales en la práctica profesional



<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>CE08</b>	Sabe diseñar y evaluar proyectos comunicativos sectoriales y planes integrales de comunicación	
	<b>RA1</b>	Entiende los mecanismos a seguir para lograr un proyecto comunicativo viable
	<b>RA2</b>	Sabe utilizar eficazmente los medios de comunicación al servicio de los objetivos comunicativos de la organización
	<b>RA3</b>	Establece unos objetivos claros en el proceso de diseño y evaluación de proyectos comunicativos sectoriales
	<b>RA4</b>	Dispone del conocimiento técnico y las herramientas metodológicas para establecer planes integrales de comunicación en entornos profesionales diversos
<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

## BLOQUES TEMÁTICOS Y CONTENIDOS

### Contenidos – Bloques Temáticos

#### UNIT 1: FUNDAMENTALS

##### 1.1. Corporate communication in our current society

###### 1.1.1. Digital Environment

###### 1.1.2. Evolution of the stakeholders

##### 1.2. CSR. Business Purpose and Values

###### 1.2.1. Reputation management

#### UNIT 2: DEFINING INTEGRATED COMMUNICATION

##### 2.1. What is Integrated Communication



2.1.1. External Communication

2.1.2. Internal Communication

2.1.3. Social Media

2.1.4. Crisis communication

2.2. The person in charge: DIRCOM

### UNIT 3. INTEGRATED COMMUNICATION PLANNING

3.1. Prior to the plan

3.2. Information and Research

3.2.1. Strategic Analytics

3.2.2. Competitors and Stakeholders

3.2.3. Monitoring

3.3. Strategy Definition

3.3.1. Goals and Objectives

3.3.2. Stakeholders Map

3.3.3. Positioning and Messages

3.4. Action Planning

3.4.1. Channels and Actions

3.4.2. Timeline

3.4.3. Rough Budget

3.5. Evaluation and Measuring

3.5.1. Performance Report

## METODOLOGÍA DOCENTE

### Aspectos metodológicos generales de la asignatura

Esta asignatura consta de 3 ECTS que se dividen en clases presenciales y actividades diversas no presenciales. En las horas lectivas semanales se requiere del alumno una participación activa para desarrollar desde el principio las distintas competencias de la asignatura y asegurar la comprensión de las teorías y conceptos desde una perspectiva práctica y aplicada.



### Metodología Presencial: Actividades

Lecciones de carácter expositivo	CG01, CG06, CG09, CE08, CE09, CE23
Ejercicios prácticos/resolución de problemas	CG02, CG11, CG12, CG15, CG16, CG17, CE08, CE09, CE23

### Metodología No presencial: Actividades

Estudio personal y documentación	CG01, CG06, CG09, CG17, CE08, CE09, CE23
Trabajos individuales/grupales	CG01, CG11, CG12, CG15, CG17, CG20, CE08, CE09, CE23

## RESUMEN HORAS DE TRABAJO DEL ALUMNO

HORAS PRESENCIALES		
Lecciones de carácter expositivo	Ejercicios prácticos/resolución de problemas	Exposición individuales/grupales
15.00	10.00	5.00
HORAS NO PRESENCIALES		
Estudio personal y documentación	Trabajos individuales/grupales	
30.00	15.00	
<b>CRÉDITOS ECTS: 3,0 (75,00 horas)</b>		

## EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

Actividades de evaluación	Criterios de evaluación	Peso
Examen parcial (15%) Examen final (40%)	- Dominio de conocimientos - Capacidad de relacionar conceptos - Análisis crítico	55 %
Evaluación de ejercicios prácticos/resolución de problemas	- Adecuación a las pautas establecidas por la profesora sobre formato y plazo de presentación	



Trabajo individual: Selección de un caso de campaña de comunicación entre los facilitados, análisis de acciones y resultados.	presentación. - Análisis crítico - Calidad formal	10
Evaluación de exposiciones individuales/grupales  Trabajo en grupo: Elaboración de un plan de comunicación integral para un caso dado. Exposición oral.	- Adecuación a las pautas establecidas por la profesora sobre formato y plazos de presentación.  - Capacidad de análisis y de trabajo en equipo  - Calidad formal de la presentación	35 %

## 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

Alard, J. y Monfort, A (2017). *Plan de comunicación on y off en la práctica*. Madrid: ESIC Editorial.

Smith, R.D. (2017). *Strategic Planning for Public Relations*. New York: Routledge

### Bibliografía Complementaria

Álvarez, J. T. (2013). *Manejo de la comunicación organizacional*. Madrid: Díaz de Santos.

Austin, E. W. and Pinkleton, B. E. (2015). *Strategic Public Relations Management: planning and managing effective communication campaigns*. New York: Routledge.

Berceruelo, B. [coord.] (2016). *Comunicación empresarial*. Madrid: Estudio de Comunicación.

Molina Cañabate, J. P. (2017). *Comunicación corporativa. Guía de supervivencia*. Madrid: Grupo 5.



**COMILLAS**

UNIVERSIDAD PONTIFICIA

ICAI

ICADE

CIHS

**GUÍA DOCENTE  
2020 - 2021**

Percy, L. (2014). *Strategic Integrated Marketing Communications*. New York: Routledge

Pickton, D. and Broderick, A. (2005). *Integrated Marketing Communications*. London: Prentice Hall Financial Times.

### **Other resources**

Magazines and other publications:

[www.dircom.org/publicaciones](http://www.dircom.org/publicaciones)

[www.communication-director.com](http://www.communication-director.com)

[www.topcomunicacion.com](http://www.topcomunicacion.com)

[www.prnoticias.com](http://www.prnoticias.com)

[www.prweek.com](http://www.prweek.com)

Relevant Associations & Institutions:

[www.corporateexcellence.org](http://www.corporateexcellence.org) (Centre for Reputation Leadership)

[www.dircom.org](http://www.dircom.org) (Asociación de Directores de Comunicación)

[www.iabc.com](http://www.iabc.com) (International Association of Business Communicators)

[www.globalalliancepr.org](http://www.globalalliancepr.org) (Confederation of the world's major PR and communication management associations and institutions)

[www.eacd-online.eu](http://www.eacd-online.eu) (European Association of Comm. Directors)

[www.instituteforpr.com](http://www.instituteforpr.com) (Institute for Public Relations)

[www.ipra.org](http://www.ipra.org) (International Public Relations Association)

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)