



Redacción Informativa

Grado en Comunicación
Estratégica, Protocolo y
Organización de Eventos
2025-26



UNIVERSIDAD
NEBRIJA

GUÍA DOCENTE

Asignatura: Redacción Informativa

Titulación: Grado en Comunicación Estratégica, Protocolo y Organización de Eventos

Carácter: Obligatoria

Idioma: Español

Modalidad: Presencial / Virtual

Créditos: 6 ECTS

Curso: 2025-26

Semestre: 1º

Profesores/Equipo Docente: D. Luis Jorge Fraga Pombo

1. RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Conocer los fundamentos teóricos y prácticos del sector de la comunicación, el marketing y el protocolo en sus diferentes disciplinas, las relaciones internacionales y la empresa, así como el ordenamiento jurídico que rige el ámbito constitucional e institucional.
- Identificar las herramientas de expresión oral y escrita -tanto en español como en inglés-, así como el proceso creativo que emplean en la comunicación corporativa y el protocolo.
- Comprender los conceptos estratégicos que se utilizan en el diseño y la producción de las diferentes tipologías de eventos.
- Utilizar las funciones y los procesos básicos de la comunicación, el marketing y el protocolo que se aplican en la construcción de una estrategia de comunicación y su viabilidad económica.
- Aplicar el conjunto de reglas sociales propias de las diferentes tipologías de actos protocolarios.
- Elaborar discursos o textos que cumplan con los objetivos de comunicación predefinidos.
- Ejecutar las fases de planificación y producción de un evento para su celebración de manera eficaz.
- Ejecutar las técnicas y procedimientos necesarios en la elaboración de la estrategia de comunicación de una empresa o institución.
- Construir mensajes de comunicación y la activación de marca.
- Realizar adecuadamente proyectos profesionales y académicos que se aplican en los sectores de la comunicación, el marketing y el protocolo en sus diferentes disciplinas.
- Ejecutar la planificación, la producción y la evaluación de un evento para resolver los objetivos fijados en el briefing.
- Diseñar planes de comunicación que respondan a las necesidades de comunicación interna y externa de una empresa o institución.

2. CONTENIDOS

2.1. Requisitos previos

Ninguno

2.2. Descripción de los contenidos

Conocimiento y manejo de las diferentes técnicas de redacción en los medios de comunicación, con especial incidencia en la redacción en medios informativos y en la redacción de notas de prensa y documentación propias del ámbito de las Relaciones Públicas y la Comunicación Corporativa.

2.3. Contenido detallado

Tabla donde se detalla el contenido de la materia, las actividades dirigidas, prácticas, proyectos, memoria u otras prácticas a desarrollar tanto en las sesiones con profesor como aquellas a realizar por el alumno en su tiempo de trabajo fuera de horario docente.

UNIDAD 1: EL PERIODISMO Y SUS GÉNEROS.

- La conexión de la comunicación corporativa con el periodismo. Por qué es importante seguir la actualidad y aprender a escribir como un periodista.
- Introducción a la redacción periodística: la noticia y sus fuentes. Partes de la noticia: titulares, entradillas (*leads*) y cuerpos.
- Los géneros periodísticos.

Géneros informativos: la noticia, la entrevista de declaraciones y el reportaje informativo.

Géneros híbridos: (información + interpretación): la crónica, la entrevista de perfil y los reportajes interpretativos.

Géneros de opinión: editoriales, columnas de opinión y críticas.

- Redacción para medios audiovisuales.
- Redacción para medios de comunicación digitales.

UNIDAD 2: LA REDACCIÓN CORPORATIVA.

- La comunicación escrita de las organizaciones.
- **Convocatorias, comunicados y notas de prensa.**
- Escribir para el cliente: discursos y tribunas de opinión.
- Correos electrónicos.
- Redacción de vídeos corporativos.

2.4. Actividades Dirigidas

Durante el curso se podrán desarrollar algunas de las actividades, prácticas, memorias o proyectos siguientes, u otras de objetivos o naturaleza similares:

Actividad Dirigida 1 (AD1): Redacción de una entrevista de declaraciones a una persona relacionada directa o indirectamente con la comunicación.

Actividad Dirigida 2 (AD2): Redacción de una nota de prensa.

La actividad dirigida 1 (AD1) supone el 10% de la evaluación final. La AD2, el 15%. De esta manera, los 2 ejercicios en conjunto determinan el 25% de la evaluación final.

3 ACTIVIDADES FORMATIVAS Y METODOLOGÍAS DOCENTES

3.1 Materia con carácter presencial

ACTIVIDADES FORMATIVAS	Horas totales	(% presencialidad) Horas presenciales (8-12)
AF1 Clases de teoría y práctica	45	45 (100%)
AF2 Trabajo personal del alumno	90	0 (0%)
AF3 Tutorías	7,5	7,5 (100%)
AF4 Evaluación	7,5	7,5 (100%)
Total	150	60

3.2 Materia con carácter virtual

MATERIA CON CARÁCTER VIRTUAL	ACTIVIDADES FORMATIVAS	¿Es síncrona?	Horas totales	Horas de interactividad síncrona
	AF1 Clases de teoría y práctica	Sí	45	9 (20%)
	AF2 Trabajo personal del alumno	No	90	0 (0%)
	AF3 Tutorías	Sí	7,5	4,5(60%)
	AF4 Evaluación	Sí	7,5	1,5 (20%)
	Total		150	15

4 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

4.1 Sistemas de calificaciones

El sistema de calificaciones finales se expresará numéricamente, de acuerdo a lo dispuesto en el art. 5 del Real Decreto 1125/2003, de 5 de septiembre (BOE 18de septiembre), por el que se establece el Sistema Europeo de Créditos y el sistema de Calificaciones en las titulaciones universitarias de carácter oficial y su validez en todo el territorio nacional.

- 0 - 4,9 Suspenso (SS)
- 5,0 - 6,9 Aprobado (AP)
- 7,0 - 8,9 Notable (NT)
- 9,0 - 10 Sobresaliente (SB)

La mención de "matrícula de honor" podrá ser otorgada a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0. Su número no podrá exceder de 5% de los alumnos matriculados en una materia en el correspondiente curso académico, salvo que el número de alumnos matriculados sea inferior a 20, en cuyo caso sólo se podrá conceder una sola Matrícula de Honor.

4.2 Criterios de evaluación

Convocatoria ordinaria	
Modalidad: Presencial	Ponderación
SE1 Asistencia, y participación	10%
SE2 Prueba parcial	10%
SE3 Actividades académicas dirigidas	30%
SE4 Prueba objetiva final	50%
Total	100%

Convocatoria extraordinaria	
Modalidad: Presencial	Ponderación
SE1 Asistencia, y participación	10%
SE3 Actividades académicas dirigidas	30%
SE4 Prueba final	60%
Total	100%

Convocatoria ordinaria	
Modalidad: Virtual	Ponderación
SE5 Participación en foros y otras actividades tutorizadas	15%
SE3 Actividades académicas dirigidas	35%
SE4 Prueba final	50%
Total	100%

Convocatoria extraordinaria	
Modalidad: Virtual	Ponderación
SE3 Actividades académicas dirigidas	40%
SE4 Prueba final	60%
Total	100%

4.3 Restricciones

Calificación mínima

Para poder hacer media con las ponderaciones anteriores es necesario obtener al menos una calificación de 5 en la prueba final. Asimismo, será potestad del profesor solicitar y evaluar de nuevo las prácticas o trabajos escritos, si estos no han sido entregados en fecha, no han sido aprobados o se desea mejorar la nota obtenida en convocatoria ordinaria.

Asistencia

El alumno que, injustificadamente, deje de asistir a más de un 25% de las clases presenciales podrá verse privado del derecho a examinarse en la convocatoria ordinaria.

Normas de escritura

Se prestará especial atención en los trabajos, prácticas y proyectos escritos, así como en los exámenes tanto a la presentación como al contenido, cuidando los aspectos gramaticales y ortográficos. El no cumplimiento de los mínimos aceptables puede ocasionar que se resten puntos en dicho trabajo.

4.4 Advertencia sobre plagio

La Universidad Antonio de Nebrija no tolerará en ningún caso el plagio o copia. Se considerará plagio la reproducción de párrafos a partir de textos de auditoría distinta a la del estudiante (Internet, libros, artículos, trabajos de compañeros...), cuando no se cite la fuente original de la que provienen. El uso de las citas no puede ser indiscriminado. El plagio es un delito.

En caso de detectarse este tipo de prácticas, se considerará Falta Grave y se podrá aplicar la sanción prevista en el Reglamento del Alumno.

5 BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía básica

Grijelmo, A. (2014). *El estilo del periodista*. XVIII edición [rev. y act.]. Tres Cantos, Madrid: Taurus. [Libro de consulta imprescindible en esta asignatura. Fundamental el capítulo sobre reproducción de testimonios].

Salas, C. (2007). *Manual para escribir como un periodista*. Madrid: Átera.

Salaverría, R. (2005). *Redacción periodística en Internet*. Pamplona: Eunsa.

Bibliografía recomendada

Campo, C. (2015) *Periodismo de marcas*. Barcelona: Editorial UOC.

Martínez Padrales, D. (2014) *Comunicación pop: del periodismo de marca a la marca personal*. Barcelona: Editorial UOC.

Cassany, D. (1996). *La cocina de la escritura*. Barcelona: Anagrama.

Otros recursos:

LIBROS DE ESTILO. Se sugiere la lectura de los libros y manuales de estilo de los principales periódicos nacionales.

PERIÓDICOS. Se recomienda el seguimiento diario de al menos uno de los principales periódicos de tirada nacional (El País, El Mundo, ABC y La Razón).

FUNDEU. <https://www.fundeu.es/> Página web de la fundación Fundeu, para consultar dudas en redacción.

RAE. <http://www.rae.es/> Página web que incluye el diccionario de la Real Academia Española de la Lengua.

DIRCOM. <https://www.dircom.org/> Página web de la Asociación de Directivos de la Comunicación.

MONCLOA. <https://www.lamoncloa.gob.es/Paginas/index.aspx> Área de comunicación de la página web oficial del presidente del Gobierno y el Consejo de Ministros.

6. DATOS DEL PROFESOR

Nombre y Apellidos	D. Luis Jorge Fraga Pombo
Departamento	Publicidad
Titulación académica	Máster Investigación Aplicada a la Comunicación (URJC). Licenciado en Geografía e Historia (UNED).
Correo electrónico	lfraga@nebrija.es
Localización	Campus de Comunicación y Artes en Madrid-San Francisco de Sales
Tutoría	Horario de tutoría Contactar con el profesor previa petición de hora por e-mail
Experiencia docente, investigadora y/o profesional, así como investigación del profesor aplicada a la asignatura, y/o proyectos profesionales de aplicación.	<p>Licenciado en Geografía e Historia por la Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED) y Máster de Investigación Aplicada a la Comunicación por la Universidad Rey Juan Carlos (URJC).</p> <p>Profesionalmente, ejerce como asesor de comunicación corporativa para empresas, instituciones y todo tipo de organizaciones, habiéndose especializado en la formación de portavoces, el diseño y presentación de eventos corporativos y la creación de contenidos de marca.</p> <p>Es director de Comunicación de ANCES (Asociación Nacional de CEEIs Españoles).</p> <p>Como docente, en la Universidad Nebrija, imparte la asignatura de Redacción Informativa en este grado, además de diferentes seminarios y talleres.</p> <p>Pertenece además al cuerpo docente de Atresmedia Formación, grupo al que sigue vinculado después de una etapa de 20 años como presentador, editor y reportero de sus espacios informativos.</p> <p>Sus inicios profesionales se dieron en la radio, en la cadena SER y en Antena 3 Radio.</p> <p>Es coautor junto con María Solar del libro “¿Quieres ser periodista?”, publicado por Ediciones Siruela en 2017.</p> <p>Blog https://elblogdeluisfraga.com/</p> <p>Podcast: https://open.spotify.com/show/4NF1vdiZA2NIYTSoa4dCdv?si=926dd4887be545ce</p>