



Comunicación  
institucional/ Institutional  
Communication

**Grado en Periodismo**  
**2025-26**



UNIVERSIDAD  
**NEBRIJA**

## GUÍA DOCENTE

**Asignatura:** Comunicación institucional / Institutional Communication

**Titulación:** Grado en Periodismo

**Curso Académico:** 2025-26

**Carácter:** Obligatorio

**Idioma:** Español /inglés

**Modalidad:** Presencial.

**Créditos:** 6

**Curso:** 3º

**Semestre:** 1º

**Profesores/Equipo Docente:** Dra. Dña. Tania Brandariz Portela

### 1. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

#### 1.1. Competencias

- Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.
- Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.
- Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.
- Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.
- Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía
- Conocer las características de la comunicación institucional, corporativa o empresarial para transmitir de manera protocolaria la información de las mismas a través de los métodos de difusión pertinentes y bajo una adecuada relación con los profesionales de los medios de comunicación.
- Realizar las funciones propias de un jefe de prensa, director de comunicación, y gestionar un gabinete de prensa o de relaciones públicas.
- Evaluar, tomar decisiones y planificar estrategias de comunicación.
- Reunir e interpretar datos para, tras aplicar un razonamiento crítico, emitir juicios.

#### 1.2. Resultados de aprendizaje

Capacidad para desarrollar un plan de comunicación.

### 2. CONTENIDOS

#### 2.1 Requisitos previos

Ninguno.

## 2.2 Breve descripción de los contenidos

Conocimiento de la estructura comunicativa en las organizaciones: comunicación interna y externa, gabinetes de prensa y agencias de comunicación, fundamentos teóricos de protocolo, relaciones institucionales, y preparación de actos.

Understanding of the communication organizations structure: intern and external communication, press office and communication agency, protocol theoretical bases, institutional relationships and preparation of events.

## 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.

### **BLOQUE 1: INTRODUCCIÓN A LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL**

- Introducción a la comunicación institucional: misión, visión, valores
- Auditoría y herramientas de monitorización de públicos y contenido
- Plan estratégico de comunicación
- Públicos, objetivos, estrategias y tácticas

### **BLOQUE 2: COMUNICACIÓN CORPORATIVA INTERNA Y EXTERNA**

- Fundamentos de la comunicación corporativa
- Activismo de marca
- Comunicación interna
- Herramientas y buenas prácticas de comunicación interna
- Comunicación externa: tipología, mensaje, segmentación y participación
- Relaciones con los medios de comunicación

### **BLOQUE 3: LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL PÚBLICA**

- Acción política en la comunicación de las instituciones públicas
- Discurso institucional y político, mediatización y encuadres mediáticos
- *Storytelling* y *storydoing*
- Comunicación de Gobierno y liderazgo institucional
- La Iglesia como institución
- Fuerzas de seguridad del Estado
- La Monarquía

### **BLOQUE 4: DESAFÍOS DE LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL DIGITAL**

- Tendencias en redes sociales, públicos y formatos
- Gestión de redes sociales y estrategias digitales
- El *Community Manager*
- Gestión de crisis comunicativas online y desinformación

## 2.4 Actividades Dirigidas

- **Actividad Dirigida 1 (15%)**

### **Ejercicio en el plató de televisión: crisis de comunicación**

Los estudiantes actuarán como portavoces de una institución pública en medio de una crisis de comunicación tras la filtración de un escándalo. Deberán enfrentarse a una rueda de prensa simulada en el plató de televisión respondiendo a preguntas de los periodistas. El objetivo es gestionar la crisis ofreciendo respuestas claras y defendiendo la posición de la institución de manera estratégica.

- **Actividad Dirigida 2 (10%)**

### **Elaboración de un Discurso Oficial para una Institución**

Los estudiantes deberán elaborar un discurso oficial como portavoces de una institución (por ejemplo, el Gobierno o una empresa privada) en respuesta a un conflicto político. El conflicto involucra actores sociales que critican una nueva ley o una decisión institucional. El discurso debe defender la postura de la institución, abordar las críticas y presentar la situación de manera estratégica para restaurar la confianza del público.

## 2.5 Actividades formativas

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PORCENTAJE PRESENCIALIDAD
AF1. Clases de teoría y práctica	45	100%
AF2. Trabajo personal del alumno	75	0%
AF3. Tutorías	15	50%
AF4 Evaluación	15	100%
	150	

## 3. SISTEMA DE EVALUACIÓN

### 3.1 Sistema de calificaciones

El sistema de calificaciones finales se expresará numéricamente (R.D. 1125/2003, de 5 de septiembre) del siguiente modo:

- 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.

### 3.2 Criterios de evaluación

#### Convocatoria ordinaria

Modalidad: Presencial

Código	Sistemas de evaluación	Porcentaje
SE1	Asistencia y participación	10%
SE2	Prueba parcial	15%
SE3	Actividades académicas dirigidas	25%
SE4	Prueba final presencial	50%

#### Convocatoria extraordinaria

Modalidad: Presencial

Código	Sistemas de evaluación	Porcentaje
SE1	Asistencia y participación en clase	10%
SE3	Actividades académicas dirigidas	25%
SE4	Prueba final presencial	65%

### 3.3 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, es 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, proyectos y 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.

### 3.4 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. Su uso no puede ser indiscriminado. El plagio, que debe demostrarse, 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.

#### 4. BIBLIOGRAFÍA

##### Bibliografía básica

- Burgueño, J. M. (2016). *Comunicación institucional para periodistas: Manual práctico de comunicación y relaciones públicas*. Editorial UOC.
- Di Génova, A. E. (2021). *Gestión estratégica de comunicación institucional: un enfoque innovador sobre comunicación en empresas e instituciones*. Ugerman Editor.
- García-Gordillo, M., & Curiel, C. P. (Eds.). (2021). *Comunicación institucional pública: retos y realidades*. Editorial UOC.

##### Bibliografía recomendada

- Castillo, G. (2016). Redes sociales institucionales de éxito: los casos de @policia y @guardiacivil en España. *Opción: Revista de Ciencias Humanas y Sociales*, (12), 85-109.
- López, J. M. (2024). La comunicación institucional de la Casa Real española a examen: ¿Qué ha sido motivo de análisis por parte del mundo académico? Objetivos y alcance. *Cuadernos AISPI*, 24(2), 119-146.
- Pulido-Polo, M., Jiménez-Marín, G., Pérez Curiel, C., y Vázquez-González, J. (2022). Twitter como herramienta de comunicación institucional: la Casa Real Británica y la Casa Real Española en el contexto postpandémico. *Revista de Comunicación*, 21(2), 225-243.

## 5. DATOS DEL PROFESOR

Nombre y Apellidos	Dra. Dña. Tania Brandariz Portela
Departamento	Comunicación
Titulación académica	Doctora en Periodismo
Correo electrónico	<a href="mailto:tbrandariz@nebrija.es">tbrandariz@nebrija.es</a>
Localización	Campus de Comunicación y Artes en Madrid – San Francisco de Sales
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>Doctora en Periodismo y Máster Universitario en Estudios Avanzados en Comunicación Política por la Universidad Complutense de Madrid. Su trayectoria académica e investigadora se ha centrado en el análisis crítico de los discursos políticos y mediáticos contemporáneos. Su Tesis Doctoral se enfocó en el estudio de la interrelación entre el movimiento feminista, el campo mediático y el político, examinando cómo se interrelacionan en el marco de las democracias. A lo largo de su carrera, ha publicado diversos artículos científicos y capítulos de libro en editoriales y revistas de reconocido prestigio, en los que aborda temas como los marcos de interpretación del feminismo y el antifeminismo y la construcción mediática de la igualdad de género.</p> <p>Su investigación incluye además el estudio del papel de los <i>influencers</i> en contextos de creciente mediatización, así como el impacto de estos actores en la configuración del debate público. Su labor investigadora se complementa con la participación activa en congresos nacionales e internacionales, proyectos de investigación y actividades de transferencia del conocimiento.</p>