

# COMUNICACIÓN APLICADA Y DEONTOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN

Grado en Organización de Eventos,  
Protocolo y Relaciones Institucionales  
2022-2023

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

## 1\_ DATOS DESCRIPTIVOS DE LA ASIGNATURA

NOMBRE DE LA ASIGNATURA	
Comunicación Aplicada y Deontología de la Comunicación	

CRÉDITOS	TIPO	CURSO	SEMESTRE
6 ECTS	Básica	Primero	Primero

<b>Titulación</b>	Grado Organización de Eventos, Protocolo y Relaciones Institucionales
<b>Centro</b>	IMEP en C/ Arzobispo Loaces, 3
<b>Aula teoría</b>	2
<b>Aula práctica</b>	2
<b>Idioma</b>	Castellano

PROFESORADO		
Nombre	e-mail	Responsable
Dr. Fernando Olabe Sánchez	fernando.olabe@protocoloimep.com	

HORARIO		
Clase	Fecha salida académica	Fecha Exámenes
Viernes 10:00h a 14:00h. Aula 2, planta 3		<p>PRESENCIAL: Convocatoria ordinaria: 9 junio, de 10.00 a 12.00 h. Convocatoria extraordinaria: 5 septiembre, de 12.00 a 14.00 h.</p> <p>ONLINE: Convocatoria ordinaria: 3 junio, de 10.00 a 12.00 h. Convocatoria extraordinaria: 5 septiembre, de 12.00 a 14.00 h.</p>

## 2\_ CONTEXTUALIZACIÓN

Desarrollar estrategias de comunicación en la organización de eventos y en la gestión de las relaciones institucionales resulta imprescindible para las empresas. Además, se deberá realizar cumpliendo los principios éticos y del código deontológico de la práctica profesional, que se abordan en esta asignatura.

### 2.1 Recomendaciones para la asignatura.

Traer ordenador a clase

### 3\_ COMPETENCIAS

#### 3.1\_ Competencias generales (transversales) y Competencias específicas.

##### COMPETENCIAS GENERALES

1. CG1 - Capacidad de actualización de los conocimientos en el ámbito de la rama de Ciencias Sociales y Jurídicas.
2. CG2 - Capacidad para el liderazgo y la negociación - Exclusivamente grupo presencial
3. CG3 - Capacidad para la evaluación, optimización y confrontación de criterios para la toma de decisiones

##### COMPETENCIAS ESPECIFICAS

1. CE1 - Capacidad de interpretación de las conductas sociales y de consumo y de las estrategias para la intervención protocolaria.
2. CE2 - Capacidad de desarrollar estrategias de marketing y comunicación que favorezcan las relaciones institucionales y la organización de eventos.
3. CE3 – Capacidad de trabajo en equipo
4. CE4 – Capacidad para el análisis de las relaciones que se establecen entre los diferentes actores de los procesos comunicativos

#### 4\_ CONTENIDOS.

4.1_ TEORIA
<b>Unidad didáctica 1: Comunicación</b>
<b>Tema 1. La comunicación como valor estratégico</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>1.1. La gestión comunicativa de las empresas desde las Teorías de la Comunicación Social</li> <li>1.2. Los modelos de las Relaciones Públicas en la gestión comunicativa de las empresas</li> <li>1.3. La dimensión de las RR.PP. en la comunicación de las organizaciones</li> <li>1.4. Los nuevos modelos comunicativos desarrollados por las TCI</li> </ul>
<b>Tema 2. La comunicación aplicada en el entorno de las organizaciones</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>2.1. Concepto y funciones de los departamentos de Comunicación</li> <li>2.2. Análisis de los públicos estratégicos: de stakeholders a shareholders</li> <li>2.3. Relaciones con los stakeholders</li> </ul>
<b>Unidad didáctica 2: Comunicación Organizacional</b>
<b>Tema 3. Elementos y funciones de la Comunicación Empresarial</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>3.1. Concepto y funciones de los departamentos de Comunicación</li> <li>3.2. Flujos de la Comunicación Empresarial</li> </ul>
<b>Tema 4. Formación de portavoces.</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>4.1. Entrenamiento de la asertividad.</li> <li>4.2. Expresión corporal.</li> </ul>
<b>Unidad didáctica 3: Deontología de la comunicación</b>
<b>Tema 5. Principios deontológicos en la comunicación.</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>5.1. Conciencia profesional.</li> <li>5.2. Códigos éticos y autorregulación.</li> </ul>

4.2_ PRÁCTICA
<b>Prácticas obligatorias y evaluables en Evaluación continua:</b>
<b>Unidad didáctica 1</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• P1. Tema 1: Análisis estilos comunicación en la película y exposición: “Gracias por fumar”</li> <li>• P2. Tema 1: Análisis de departamentos de comunicación y exposición: El Ala Oeste de la Casa Blanca. Temporada 5, capítulo 18: “Access”</li> </ul>

- P3. Tema 2: Elaboración de una estrategia de relación con stakeholders. **EVALUABLE**

#### **Unidad didáctica 2**

- P4. Tema 3: Influencia de la comunicación organizacional en los objetivos empresariales. Análisis de la película y exposición: “Decisión final (Draft Day)”
- P5. Tema 3: Elaboración de una estrategia de Comunicación Interna. **EVALUABLE**
- P6. Tema 4: El rol del liderazgo. Análisis de la película y exposición: “La última fortaleza”. **EVALUABLE**

#### **Unidad didáctica 3**

- P7. Tema 5: Deontología y conciencia profesional. Análisis y exposición de la película: “Idus de Marzo”. **EVALUABLE**

## 5\_ METODOLOGÍA

### 5.1\_ PRESENCIAL

La metodología empleada para esta asignatura se basa en sesiones de docencia presenciales de carácter obligatorio, unida a la búsqueda activa de información por parte de los alumnos. Estas sesiones se completarán con exposiciones, ejercicios prácticos y dinámicas dialógicas en las que participen semanalmente los alumnos de forma individual y grupal.

### 5.2\_ DISTANCIA

La metodología empleada en la modalidad a distancia se basa en sesiones online de contenido teórico junto a la búsqueda activa de información por parte de los alumnos. Por otro lado, los estudiantes deberán realizar distintas actividades prácticas que entregarán semanalmente a través de la plataforma online.

### 5.3\_ ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD

Adaptaciones curriculares, flexibilización y apoyo para los alumnos con dificultad para alcanzar los objetivos de la asignatura.

## 6\_ RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1. Capacidad para el liderazgo y la negociación.
2. Capacidad para la evaluación, optimización y confrontación de criterios para la toma de decisiones.
3. Capacidad para trabajar en grupo.
4. Capacidad de identificación de los elementos comunicativos en el ámbito de las relaciones personales y profesionales.
5. Capacidad para argumentar
6. Capacidad de adaptación en las distintas situaciones comunicativas que pueden surgir en el ámbito laboral y personal.
7. Capacidad de interpretación de las conductas sociales, comunicativas y de estrategias eficaces para la intervención protocolaria.
8. Capacidad de desarrollar estrategias de marketing y comunicación que favorezcan las relaciones institucionales y la organización de eventos.
9. Capacidad para afrontar situaciones como hablar en público o resolver situaciones en la gestión de la comunicación de manera eficaz para la consecución de los objetivos deseados.
10. Capacidad para conocer las tareas concretas de los departamentos de comunicación con la finalidad de facilitarles ese trabajo, cuestión que repercutirá positivamente en los objetivos promocionales de nuestra empresa o institución.



## 7\_ SISTEMA DE EVALUACIÓN

### 7.1\_ PRESENCIAL

#### CONVOCATORIA ORDINARIA

##### MODALIDAD EVALUACIÓN CONTINUA

La evaluación será continua y se basará, por un lado, en la valoración del/la alumno/a a lo largo del curso -asistencia, actitud, participación en las clases y en los trabajos que se establezcan - y por otro lado, en un examen final. Será necesario superar el examen final (70% de la nota) para que el resto de parámetros sea valorado. (30%).

- A) PRUEBA FINAL DE CONOCIMIENTOS TEORICOS (70%) Consistirá en una prueba escrita tipo test de entre 20 y 30 preguntas, en la que se pondrá a prueba la interiorización de los contenidos teóricos de la asignatura.
- B) EJERCICIOS PRÁCTICOS (30%) Las prácticas serán ejercicios durante el curso que se plantearán en relación con el contenido de los temas teóricos.

La nota final se obtiene de la media de cada una de las partes evaluadas. Si no se supera el examen, no se hará media con la parte práctica.

**MODALIDAD EVALUACIÓN NO CONTINUA.** En el caso de no haber realizado de forma continuada los ejercicios de la evaluación continua, se realizará una prueba escrita de desarrollo en la que se pondrá a prueba la interiorización de los contenidos teóricos de la asignatura. (100%)

#### CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA

En caso de no aprobar la asignatura en la primera convocatoria (con cualquiera de las dos opciones de evaluación), la recuperación se realizará mediante una prueba tipo test (entre 20 y 30 preguntas) sobre conceptos teóricos. Su valor será del 100% de la nota final.

La prueba teórica se considera aprobada a partir de 5 puntos en todos los casos.

**\* Ver Reglamento Interno de IMEP sobre la asistencia.**

**\*\*Si se detecta plagio, supondrá el suspenso de la asignatura en la convocatoria más próxima**

### 7.2\_ DISTANCIA

#### CONVOCATORIA ORDINARIA

##### MODALIDAD EVALUACIÓN CONTINUA

La evaluación será continua y se basará, por un lado, en la valoración del/la alumno/a a lo largo del curso -asistencia, actitud, participación en las clases y en los trabajos que se establezcan - y por otro lado, en un examen final. Será necesario superar el examen final (70% de la nota)

para que el resto de parámetros sea valorado. (30%).

- C) PRUEBA FINAL DE CONOCIMIENTOS TEORICOS (70%) Consistirá en una prueba escrita tipo test de entre 20 y 30 preguntas, en la que se pondrá a prueba la interiorización de los contenidos teóricos de la asignatura.
- D) EJERCICIOS PRÁCTICOS (30%) Las prácticas serán ejercicios durante el curso que se plantearán en relación con el contenido de los temas teóricos.

La nota final se obtiene de la media de cada una de las partes evaluadas. Si no se supera el examen, no se hará la media con la parte práctica.

**MODALIDAD EVALUACIÓN NO CONTINUA.** En el caso de no haber realizado de forma continuada los ejercicios de la evaluación continua, se realizará una prueba escrita de desarrollo en la que se pondrá a prueba la interiorización de los contenidos teóricos de la asignatura. (100%)

**CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA**

En caso de no aprobar la asignatura en la primera convocatoria (con cualquiera de las dos opciones de evaluación), la recuperación se realizará mediante una prueba tipo test (entre 20 y 30 preguntas) sobre conceptos teóricos. Su valor será del 100% de la nota final.

La prueba teórica se considera aprobada a partir de 5 puntos en todos los casos.

\* Ver Reglamento Interno de IMEP sobre la asistencia.

\*\*Si se detecta plagio, supondrá el suspenso de la asignatura en la convocatoria más próxima

**8\_ PLANIFICACIÓN DE ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE**

TIPOS DE ACTIVIDADES PRESENCIAL	HORAS
CLASES TEÓRICAS	30
CLASES PRÁCTICAS	30
SEMINARIOS	7,5
TRABAJOS EN GRUPO	20
TUTORIAS	10
OTRAS ACTIVIDADES: TAREAS COMPARTIDAS	7,5
PREPARACIÓN CLASES TEORÍA	15
PREPRACIÓN TRABAJOS PARA CLASES PRÁCTICAS	15
ESTUDIO DE EXÁMENES	7,5
OTRAS ACTIVIDADES	7,5

<b>TOTAL VOLUMEN TRABAJO ALUMNO</b>	<b>150</b>
-------------------------------------	------------

TIPOS DE ACTIVIDADES DISTANCIA	HORAS
CLASES TEÓRICAS GRUPO A DISTANCIA	30
CLASES PRÁCTICAS GRUPO A DISTANCIA	30
SEMINARIOS GRUPO A DISTANCIA	7,5
TRABAJOS EN GRUPO GRUPO A DISTANCIA	20
TUTORIAS GRUPO A DISTANCIA	10
OTRAS ACTIVIDADES: TAREAS COMPARTIDAS GRUPO A DISTANCIA	7,5
PREPARACIÓN CLASES TEORÍA GRUPO A DISTANCIA	15
PREPARACIÓN TRABAJOS PARA CLASES PRÁCTICAS GRUPO A DISTANCIA	15
ESTUDIO DE EXÁMENES GRUPO A DISTANCIA	7,5
OTRAS ACTIVIDADES GRUPO A DISTANCIA	7,5
<b>TOTAL VOLUMEN TRABAJO ALUMNO</b>	<b>150</b>

### 8.1\_PRESENCIAL

Tema 1:			Semana 1
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
	Presentación asignatura	Kahoot	
4	Teoría: La gestión comunicativa desde las Teorías de la Comunicación Social		
2, 4, 5	Realización de práctica	Debate en clase	

Tema 1:			Semana 2
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
2, 4, 6	Teoría: Los modelos de las Relaciones Públicas en la gestión comunicativa de las empresas		
2, 4, 6, 9	Realización de práctica	Análisis de casos y debate en clase	

Tema 1:			Semana 3
---------	--	--	----------

Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
1, 2, 3	Teoría: La dimensión de las RR.PP. en la comunicación de las organizaciones e influencia de las TCI		
1, 3, 5	Realización de práctica: Debate	Participación, aportaciones. Compilación de bibliografía por grupos	
<b>Tema 1:</b>			<b>Semana 4</b>
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
1, 2, 3	Visionado: Análisis estilos comunicación en la película y exposición: "Gracias por fumar"		
1, 3, 5	Realización de práctica: Debate	Participación, aportaciones.	

<b>Tema 2:</b>			<b>Semana 5</b>
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
2, 4, 6	Teoría: Concepto y funciones de los departamentos de Comunicación		
2, 4, 6	Realización de práctica.	Análisis de departamentos de comunicación y exposición: El Ala Oeste de la Casa Blanca. Temporada 5, capítulo 18: "Access"	

<b>Tema 2:</b>			<b>Semana 6</b>
----------------	--	--	-----------------

Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
2, 4, 7	Teoría: Análisis de los públicos estratégicos: de stakeholders a shareholders y Relaciones con los stakeholders		
3, 5	Realización de práctica.	Elaboración de una estrategia de relación con stakeholders.	5%

Tema 3:			Semana 7
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
4, 6, 7, 9	Teoría: Concepto y funciones de los departamentos de Comunicación		
3, 4, 7, 9	Realización de prácticas.	Ejercicio grupal. Análisis de casos	

Tema 3:			Semana 8
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
2, 4, 7	Teoría: Flujos de la Comunicación Empresarial		
3, 5	Realización de práctica	Estudio de casos	

Tema 3:			Semana 9
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
2, 3, 4, 5, 7	Realización de práctica	Influencia de la comunicación organizacional en los objetivos empresariales. Análisis de la película y exposición: "Decisión final (Draft Day)"	

Tema 3:			Semana 10
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje

4, 6, 7	Preparación de práctica	Elaboración de una estrategia de Comunicación Interna. Exposición en clase. Grupal	5%
---------	-------------------------	--	----

Tema 4:			Semana 11
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
2, 4, 6, 9	Teoría: Formación de portavoces		
2, 4, 6, 9	Realización de práctica.	Crear discurso y exposición en clase Actividad individual	

Tema 4:			Semana 12
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
6, 7, 8, 9	Teoría: Entrenamiento de la asertividad.		
6, 7, 8, 9	Teoría: Expresión corporal		
6, 7, 8, 9	Realización de práctica.	Asignación de roles en comunicación organizacional	

Tema 4:			Semana 13
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
4, 5, 6, 7, 9	Práctica: El rol del liderazgo. Análisis de la película y exposición: "La última fortaleza"	Test individual y puesta en común en clase	10%

Tema 5:			Semana 14
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
10	Teoría: Principios deontológicos en la comunicación.		
10	Teoría: Códigos éticos y autorregulación		
10, 5	Realización práctica.	Análisis códigos. Individual y puesta común en clase	

Tema 5:			Semana 15
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
10, 3, 5	Práctica: El rol del liderazgo. Análisis de la película y exposición: "Idus de Marzo".	Análisis deontológico	10%

## 8.2\_DISTANCIA

Tema 1:			Semana 1
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
	Presentación asignatura y herramientas informáticas	Kahoot	
4	Teoría: La gestión comunicativa desde las Teorías de la Comunicación Social		
2, 4, 5	Realización de práctica	Análisis textual Tarea individual comentar en FORO	

Tema 1:			Semana 2
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
2, 4, 6	Teoría: Los modelos de las Relaciones Públicas en la gestión comunicativa de las empresas		
2, 4, 6, 9	Realización de práctica	Análisis de casos. Envío por blackboard	
Tema 1:			Semana 3
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
1, 2, 3	Teoría: La dimensión de las RR.PP. en la comunicación de las organizaciones e influencia de las TCI		

1, 3, 5	Realización de práctica	Participación, aportaciones. Compilación de bibliografía individual. Envío al foro	
<b>Tema 1:</b>			<b>Semana 4</b>
<b>Resultado de Aprendizaje</b>	<b>Actividad Práctica/ Metodología</b>	<b>Sistema de Evaluación</b>	<b>Porcentaje</b>
1, 2, 3	Visionado: Análisis estilos comunicación en la película y exposición: "Gracias por fumar"		
1, 3, 5	Realización de práctica: Debate	Participación, aportaciones en Foro	
<b>Tema 2:</b>			<b>Semana 5</b>
<b>Resultado de Aprendizaje</b>	<b>Actividad Práctica/ Metodología</b>	<b>Sistema de Evaluación</b>	<b>Porcentaje</b>
2, 4, 6	Teoría: Concepto y funciones de los departamentos de Comunicación		
2, 4, 6	Realización de práctica.	Análisis de departamentos de comunicación y exposición: El Ala Oeste de la Casa Blanca. Temporada 5, capítulo 18: "Access". Participación, aportaciones en Foro	
<b>Tema 2:</b>			<b>Semana 6</b>
<b>Resultado de Aprendizaje</b>	<b>Actividad Práctica/ Metodología</b>	<b>Sistema de Evaluación</b>	<b>Porcentaje</b>
2, 4, 7	Teoría: Análisis de los públicos estratégicos: de stakeholders a shareholders y		



	Relaciones con los stakeholders		
3, 5	Realización de práctica.	Elaboración de una estrategia de relación con stakeholders. Entrega por blackboard	5%

Tema 3:			Semana 7
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
4, 6, 7, 9	Teoría: Concepto y funciones de los departamentos de Comunicación		
3, 4, 7, 9	Realización de prácticas.	Ejercicio individual. Análisis de casos. Participación, aportaciones en Foro	

Tema 3:			Semana 8
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
2, 4, 7	Teoría: Flujos de la Comunicación Empresarial		
3, 5	Realización de práctica	Ejercicio individual. Análisis de casos. Participación, aportaciones en Foro	
Tema 3:			Semana 9
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
2, 3, 4, 5, 7	Realización de práctica	Influencia de la comunicación organizacional en los objetivos empresariales.	

		Análisis de la película y exposición: "Decisión final (Draft Day)". Participación, aportaciones en Foro	
<b>Tema 3:</b>			<b>Semana 10</b>
<b>Resultado de Aprendizaje</b>	<b>Actividad Práctica/ Metodología</b>	<b>Sistema de Evaluación</b>	<b>Porcentaje</b>
4, 6, 7	Preparación de práctica	Elaboración de una estrategia de Comunicación Interna. Entrega por blackboard	5%
<b>Tema 4:</b>			<b>Semana 11</b>
<b>Resultado de Aprendizaje</b>	<b>Actividad Práctica/ Metodología</b>	<b>Sistema de Evaluación</b>	<b>Porcentaje</b>
2, 4, 6, 9	Teoría: Formación de portavoces		
2, 4, 6, 9	Realización de práctica.	Ejercicio individual. Análisis de casos. Participación, aportaciones en Foro	
<b>Tema 4:</b>			<b>Semana 12</b>
<b>Resultado de Aprendizaje</b>	<b>Actividad Práctica/ Metodología</b>	<b>Sistema de Evaluación</b>	<b>Porcentaje</b>
6, 7, 8, 9	Teoría: Entrenamiento de la asertividad.		
6, 7, 8, 9	Teoría: Expresión corporal		
6, 7, 8, 9	Realización de práctica.	Asignación de roles en comunicación organizacional. Ejercicio individual. Análisis de casos. Participación, entrega por blackboard	
<b>Tema 4:</b>			<b>Semana 13</b>
<b>Resultado de Aprendizaje</b>	<b>Actividad Práctica/ Metodología</b>	<b>Sistema de Evaluación</b>	<b>Porcentaje</b>

4, 5, 6, 7, 9	Práctica: El rol del liderazgo. Análisis de la película y exposición: “La última fortaleza”	Test individual. Participación, entrega por blackboard	10%
<b>Tema 5:</b>			<b>Semana 14</b>
<b>Resultado de Aprendizaje</b>	<b>Actividad Práctica/ Metodología</b>	<b>Sistema de Evaluación</b>	<b>Porcentaje</b>
10	Teoría: Principios deontológicos en la comunicación.		
10	Teoría: Códigos éticos y autorregulación		
10, 5	Realización práctica.	Análisis códigos. Individual Participación, entrega por blackboard	
<b>Tema 5:</b>			<b>Semana 15</b>
<b>Resultado de Aprendizaje</b>	<b>Actividad Práctica/ Metodología</b>	<b>Sistema de Evaluación</b>	<b>Porcentaje</b>
10, 3, 5	Práctica: El rol del liderazgo. Análisis de la película y exposición: “Idus de Marzo”.	Análisis deontológico. Participación, entrega por blackboard	10%

## 9.-BIBLIOGRAFÍA RECOMENDADA

### 9.1\_POR TEMAS

#### Tema 1

- CANEL, M. J. (2007). *Comunicación de las instituciones públicas*. Madrid: Tecnos.
- Costa, J. (2018). Creación de la imagen corporativa. El paradigma del siglo XXI. *Razón y palabra*, 22(1\_100), 356-373.
- De Aguilera Moyano, M. (2018). Teorías de la comunicación, poder y sistemas de creencias. *IC Revista Científica de Información y Comunicación*, (15).
- García-Nieto, M. T., Viñarás-Abad, M., & Cabezuelo-Lorenzo, F. (2020).

Medio siglo de evolución del concepto de Relaciones Públicas (1970-2020). Artículo de revisión. *El profesional de la información (EPI)*, 29(3).

- Hernández, M. R. (2018). De la Comunicación Organizacional (y sus múltiples apellidos) a la Comunicación integral (estratégica) en las organizaciones. *Universidad la Salle Cancún*, 1-39.
- LUCAS, A. (1997) *La comunicación en la empresa y en las organizaciones*. Barcelona: Bosch.
- LUCAS, A. (2009). *La nueva comunicación*. Madrid: Editorial Trotta.
- MANUCCI, M. (2018). El final de las certezas, el principio de la estrategia. Articulación entre la estrategia corporativa y los procesos de comunicación. *DirCom, estrategia de la complejidad: Nuevos paradigmas para la Dirección de la Comunicación*, 22, 43.
- PIÑUEL RAIGADA, J. L. (2010). La noción de mediación comunicativa para el análisis y el diseño de la comunicación organizacional. *Revista Icono 14*, 16, 125-152.
- PIÑUEL, J. L. y LOZANO, C. (2006). *Ensayo general sobre la comunicación*. Barcelona: Paidós.
- XIFRA, J. (2007). Las relaciones públicas: ¿Ciencia norteamericana? ¿Ciencia occidental? ¿Ciencia universal? *Sphera Pública. Revista de Ciencias Sociales y de la Comunicación*, 7, 29-44.
- XIFRA, J. (2011). *Manual de Relaciones Pública e Institucionales*. Madrid: Tecnos.

#### Tema 2

- Chaparro, H. V. (2017). Periodismo y relaciones públicas una mirada desde los dos lados de la noticia. *Comunifé*, 17(XVII), 29-36.
- Cuenca-Fontbona, J., Matilla, K., & Compte-Pujol, M. (2020). Transformación digital de los departamentos de relaciones públicas y comunicación de una muestra de empresas españolas. *Revista de comunicación*, 19(1), 75-92.
- Esparcia, A. C., Moreno, Á., & Capriotti, P. (2020). Relaciones públicas y

comunicación institucional ante la crisis del COVID-19. *Revista Internacional de Relaciones Públicas*, 10(19), 1-6.

- Iturregui-Mardaras, L., Gutiérrez-Cuesta, J. J., & Cantalapiedra-González, M. J. (2020). Periodistas y profesionales de Relaciones Públicas: de la influencia y la dependencia a la desintermediación periodística. *profesional de la información*, 29(3).
- Matilla, K., Bittencourt de Miranda, T., Compte-Pujol, M., & Oliveira, A. (2018). Divergencias en la denominación funcional de los departamentos de comunicación en España. *Redmarka: revista académica de marketing aplicado*, 22, 129-156.
- Santander, P. (2013). Influir sobre los medios: la tensa relación entre asesores comunicacionales de la élite y periodistas políticos. *Comunicación y sociedad*, (20), 95-112.
- Souto, A. B. F., Gestal, M. V., & Rivera, I. P. (2019). Gestión comunicativa de los clubes de fútbol: Análisis de los departamentos de comunicación de LaLiga. *Revista Latina de Comunicación Social*, (74), 1071-1093.
- Túñez-López, M., Costa-Sánchez, C., & González, M. I. M. (2018). Avances y retos de la gestión de la comunicación en el siglo XXI. Procesos, necesidades y carencias en el ámbito institucional. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 24(1), 921.
- Valdiviezo, C., & Duque, V. (2018). La comunicación como pieza clave en la gestión de públicos. *Comunicación Organizacional en entornos online. Gestión, actores y recursos. Cuadernos Artesanos de Comunicación*, (149), 131-156.

### Tema 3

- Abad, M. V. (2020). La Comunicación Interpersonal y la Comunicación Interna en las empresas: un análisis desde la profesión y la Universidad. *Comunicación y Hombre*, (16), 335-354.
- Abendaño, M., & Sánchez, L. (2020). De la comunicación interna al diálogo organizacional. *Rosario Puertas-Hidalgo Mónica Abendaño*

*Cesibel Valdiviezo-Abad, 47.*

- Benavides, T. D. P. N., & Cortés, M. I. C. (2018). Comunicación estratégica y responsabilidad social empresarial, escenarios y potencialidades en creación de capital social: una revisión de la literatura. *Prisma Social: revista de investigación social*, (22), 127-158.
- Castro-Martínez, A., & Díaz-Morilla, P. (2019). Análisis del ranking Great Place to Work y de los premios del Observatorio de Comunicación Interna: prácticas de comunicación interna en empresas españolas (2014-2018). *El profesional de la información (EPI)*, 28(5).
- Castro-Martínez, A., & Díaz-Morilla, P. (2020). Comunicación interna y gestión de bienestar y felicidad en la empresa española. *Profesional de la información*, 29(3).
- Charry Condor, H. O. (2018). La gestión de la comunicación interna y el clima organizacional en el sector público. *Comuni@ cción*, 9(1), 25-34.
- Grau, J. F., Calvo, S. T., & García, J. S. (2021). La gamificación como recurso telemático en la comunicación empresarial en tiempos de pandemia. *Comunicación*, (44), 57-75.
- Pineda-Martínez, P., & Ruiz-Mora, I. (2019). Comunicación interna y narrativas transmedia, nuevas estrategias para la empresa responsable. Estudio de caso de Telefónica. *El profesional de la información (EPI)*, 28(5).
- Puebla-Martínez, B., & Montero, J. F. (2018). Gestión de la comunicación interna a través de las aplicaciones para móviles. Caso de estudio: El Corte Inglés. *Revista Prisma Social*, (22), 113-126.
- Robledo Dioses, K., Atarama Rojas, T., & López-Hermida Russo, A. (2020). El storytelling como herramienta de comunicación interna: una propuesta de modelo de gestión.

#### Tema 4

- BRASSEL, C. (2012) *Las mejores técnicas para hablar en público*. Penguin Random House Grupo Editorial México
- ZAMBRANO LAVADO, D (2014) *Lenguaje y comunicación no verbal*.

Punto Rojo Libros

Tema 5

- Aznar Gómez, H. (2004). Los códigos deontológicos de la comunicación institucional. *Bel Mallén, José I.(coord.)(2004). Comunicar para crear valor: la dirección de comunicación en las organizaciones. Pamplona (Navarra): EUNSA.*
- Díaz-Campo, J., Gómez-García, S., Segado-Boj, F., & Remacha-González, L. (2021). Ética periodística y Covid-19: análisis de contenido de los códigos deontológicos. *Interface-Comunicação, Saúde, Educação, 25.*
- Fernández, M., & Román, Y. (2005). Deontología de las relaciones públicas y la comunicación: análisis comparativo de los principales códigos. In *Tendencias actuales en las relaciones públicas: II Congreso Internacional de Investigadores en Relaciones Públicas,[libro de actas]. Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla, 16, 17 y 18 de noviembre de 2005. María Teresa Otero Alvarado, Aida Rodríguez Patrón (coord.)(pp. 121-135).[Sevilla]: Asociación de Investigadores en Relaciones Públicas (AIRP).*
- Lorenzo, F. C., & Serrano, M. J. P. (2008). Aspectos éticos y deontológicos del ejercicio profesional de la comunicación corporativa. *ICONO 14, Revista de comunicación y tecnologías emergentes, 6(2), 1-23.*
- Pablo Martín-Antoranz, Francisco Cabezuelo-Lorenzo y Ángel Bartolomé-Muñoz-de-Luna (2019). Competencias y formación ética de los profesionales de la comunicación corporativa en contextos interculturales. *Revista de Ciencias de la Comunicación e Información, 24(1), 59-72.* [http://doi.org/10.35742/rcci.2019.24\(1\).59-72](http://doi.org/10.35742/rcci.2019.24(1).59-72)