



Diseño y Planificación de  
campañas de comunicación  
institucional II: Plan  
estratégico y evaluación de  
eficacia

**Máster Universitario en  
Comunicación Política y Gestión  
de Crisis y Emergencias  
2024-25**



UNIVERSIDAD  
**NEBRIJA**

## GUÍA DOCENTE

**Asignatura:** Diseño y planificación de campañas de comunicación institucional II: Plan estratégico y evaluación de eficacia

**Titulación:** Máster Universitario en Comunicación Política y Gestión de crisis y Emergencias

**Curso Académico:** 2024-25

**Carácter:** Obligatoria

**Idioma:** Español

**Modalidad:** Presencial / A distancia

**Créditos:** 3

**Curso:** 1º

**Semestre:** 1º

**Profesores/Equipo Docente:** Dña. María Carmen Carmona Ramos / D. Alcides Javier Pereira Falcón

## 1. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

### 1.1. Competencias

- Elaborar un plan estratégico de una campaña de comunicación
- Evaluar la eficacia de un plan estratégico de comunicación en función de los objetivos
- Aplicar los conocimientos adquiridos en el contexto general de las organizaciones, tanto del ámbito público como privado y, de manera especial, en la comunicación política y gestión de crisis y emergencias.
- Demostrar la autonomía necesaria para adaptarse a un entorno cambiante y con múltiples desafíos, propios del campo de la comunicación política.
- Controlar las técnicas y dinámicas que se aplican en la comunicación política y en la gestión de crisis y emergencias.
- Resolver problemas y tomar decisiones eficaces ante problemas planteados y situaciones de alto nivel competitivo en el entorno de la comunicación política.
- Utilizar el trabajo en equipo de forma eficaz en el contexto de la comunicación política y gestión de crisis y emergencias
- Controlar las herramientas digitales necesarias para las estrategias en procesos electorales, situaciones de crisis y emergencias de empresas privadas, instituciones públicas y organizaciones no gubernamentales.

### 1.2. Resultados de aprendizaje

Diseñar un plan estratégico para una campaña de comunicación y evaluar su eficacia.

## 2. CONTENIDOS

### 2.1. Requisitos previos

Ninguno.

## 2.2. Descripción de los contenidos

Diseño del plan estratégico de comunicación para crear, difundir y mejorar la notoriedad e imagen de las instituciones, y conocer y aplicar las herramientas de evaluación de los protocolos de comunicación ante la toma de decisiones.

## 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.

### **Modalidad presencial**

Diseño del plan estratégico de comunicación para crear, difundir y mejorar la notoriedad e imagen de las instituciones. Esta asignatura pretende ofrecer conocimientos para entender y gestionar la comunicación institucional y política desde una perspectiva práctica.

1. Planificar, coordinar y dirigir la comunicación de la organización/gobierno.
2. Cómo construir una comunicación estratégica. Fases del plan.
3. Cómo llegar al público. Medios de comunicación, redes sociales y otros formatos.
4. Comunicar a través de los actos públicos. Diseño, protocolo, convocatoria y atención a medios de comunicación.
5. Comunicación política/institucional. Liderazgos y mensajes. Formación de portavoces.
6. Campañas electorales. Comunicar para movilizar.
7. Detectar y gestionar crisis. Credibilidad y confianza.

### **Modalidad online**

1. Definición de los elementos estratégicos de un Plan de Comunicación Institucional. Objetivos, equipos e implementación.
2. La imagen de una institución: símbolos, marcas y submarcas.
3. Canales propios y contenidos: redes sociales y plataformas digitales.
4. Estrategias de publicidad institucional: audiencias, formatos y regulación.
5. Relaciones con los medios de comunicación y los periodistas.
6. Herramientas de relaciones institucionales y comunicación interna.
7. Estudio de caso: Gestión de crisis y *fake news*.
8. Estudio de caso: Formación de portavoces

## 2.4. Actividades formativas

### **Modalidad presencial**

Durante el curso se podrán desarrollar algunas de las actividades siguientes o de naturaleza y objetivos:

**Actividad Dirigida 1 (AD1):** Se formarán grupos de trabajo para realizar un ejercicio/proyecto relacionado con el contenido de la asignatura que, además, se presentará en el aula. Supone un 20% de la nota final.

**Actividad Dirigida 2 (AD2):** De forma individual, el alumno tendrá que presentar una propuesta de desarrollo de evento público (rueda de prensa, acto institucional, acto político...) que contemple todos elementos analizados en la asignatura. Supone un 20% de la nota final.

**Examen final:** Prueba práctica que acredite el conocimiento necesario sobre cómo redactar y desarrollar un Plan de Comunicación. Supone un 50% de la nota.

Asistencia y participación (10%). Los estudiantes de la modalidad presencial tienen que asistir a un 75% de las sesiones para poder optar al punto de asistencia y participación, que se redondeará en función de la proactividad del alumno en el aula.

### **Modalidad online**

**Actividad Dirigida 1 (AD1):** De forma individual, cada estudiante elegirá para su validación un caso particular para desarrollar un proyecto de Plan Estratégico de Comunicación Institucional a lo largo de la asignatura. En esta primera entrega se describirá el contexto de la institución, del proyecto específico y una presentación de la imagen de la institución (20% de la evaluación).

**Actividad Dirigida 2 (AD2):** De forma individual, cada estudiante desarrollará el caso validado y entregará una breve descripción de los canales propios de comunicación con los que cuenta la institución, y el contexto de medios de comunicación externos (privados y públicos) en los que se desarrolla el caso (20% de la evaluación).

**Entrega Final (EF):** De forma individual, se entregará un documento de resumen ejecutivo de un Plan Estratégico de Comunicación Institucional que desarrolle los elementos vistos durante toda la asignatura (50% de la evaluación).

Asistencia y participación (10%). Los alumnos de la modalidad online demostrarán su participación en el aula a través de la conversación directa en clase, pudiendo hacerlo también en los foros de debate que se crearán en el campus virtual.

## **2.5. Actividades formativas**

Modalidad Presencial:

Código	Actividad formativa	Horas	Porcentaje de presencialidad
AF1	Clases de teoría y práctica	180	100%
AF2	Trabajo personal del alumno	300	0%
AF3	Tutorías	60	50%
AF4	Evaluación	60	100%
		300	

Modalidad A distancia:

Código	Actividad formativa	Horas	Porcentaje de presencialidad Sincrona
AF1	Clases de teoría y práctica	120	0%
AF2	Trabajo personal del alumno	300	0%
AF3	Tutorías	60	0%
AF4	Evaluación	120	13%
		600	

## 2.6. Metodología docente

Código	METODOLOGÍA DOCENTE	DESCRIPCIÓN
MD1	Método expositivo	Exposición por parte del profesor de los contenidos de cada tema por medio de explicaciones y presentaciones en las que se promueve la participación del estudiante
MD2	Aprendizaje autodirigido	El alumno deberá realizar trabajos o proyectos (individuales o en grupo) que le ayuden a adquirir las competencias y los conocimientos teórico-prácticos de la asignatura.
MD3	Estudio de casos	Análisis de casos que generen un diálogo sistemático y ordenado sobre situaciones y circunstancias reales con fines de aprendizaje. El alumno aprende por descubrimiento, no sólo por recepción, ejercitando su pensamiento creativo y crítico. Requiere el asesoramiento y seguimiento por parte del profesor.
MD4	Aprendizaje basado en proyectos	Aprendizaje basado en la simulación de situaciones profesionales. Bajo un objetivo y con unos recursos, el alumno debe resolver una situación que se asemeje a una situación real de la vida profesional. El alumno aprende por descubrimiento, no sólo por percepción, desarrollando sus habilidades sociales, el trabajo en equipo, el liderazgo, la disciplina y la solidaridad. Requiere el asesoramiento y seguimiento por parte del profesor.
MD5	Taller	Aprendizaje basado en una metodología eminentemente práctica aplicada a la realización de trabajos pre-profesionales bajo la orientación del profesor. El estudiante aprende por descubrimiento y por el seguimiento y feed-back del profesor sobre sus errores o aciertos, ejercitando el pensamiento creativo del alumno, su capacidad de autocrítica y autoexigencia.
MD6	Documentación e investigación	Elaboración de informes en los que el alumno debe recurrir a documentación específica, recursos bibliográficos, recopilación de datos, análisis de estudios e informes, etc., para la

		redacción de documentos y explicación de conclusiones.
MD7	Aprendizaje instrumental:	Aprendizaje a través del uso de herramientas específicas para el ejercicio profesional.

Modalidad presencial: MD1; MD2; MD3; MD4

Modalidad a distancia: MD1; MD2; MD3; MD4

### 3. SISTEMA DE EVALUACIÓN

#### 3.1. Sistema 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 18 de 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.

#### 3.2. Criterios de evaluación

##### Convocatoria ordinaria

Modalidad: Presencial

Sistemas de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
SE1. Asistencia y participación	10%	10%
SE2. Actividades académicas dirigidas	40%	40%
SE3. Prueba final presencial	50%	50%

Modalidad: A distancia

Sistemas de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
SE1. Asistencia y participación	10%	10%
SE2. Actividades académicas dirigidas	30%	30%
SE3. Prueba final presencial	60%	60%

Convocatoria extraordinaria

Modalidad: Presencial

Sistemas de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
SE2.Actividades académicas dirigidas	40%	40%
SE3.Prueba final presencial	60%	60%

Para poder hacer media con las ponderaciones anteriores será necesario obtener al menos una calificación de 5 en la prueba final presencial.

Modalidad: A distancia

Sistemas de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
SE2.Actividades académicas dirigidas	40%	40%
SE3.Prueba final presencial	60%	60%

Para poder hacer media con las ponderaciones anteriores será necesario obtener al menos una calificación de 5 en la prueba final presencial.

### **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 que el alumno pueda presentar 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, siempre en la convocatoria extraordinaria.

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.

### **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. 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.

#### 4. BIBLIOGRAFÍA

##### Bibliografía básica

- Alandete, D. (2019). Fake news: la nueva arma de destrucción masiva. Deusto.
- Buil Gazol, P. y Medina Aguerrebere, P. (2015). *Dircom-Comunicar para transformar. Conversaciones con los directores de comunicación de las mejores compañías españolas*. Ediciones Pirámide.
- Canel, M. J. (2018). *La Comunicación de la Administración Pública. Para gobernar con la sociedad*. Fondo de Cultura Económica.
- Lakoff, G. (2017). No pienses en un elefante: lenguaje y debate político. Península.
- López Acera, Amalia (2021). *Guía para elaborar un plan de comunicación en una administración pública*. Lidera Editorial.
- Matilla, K. (ed.) (2018). *Cómo hacer un plan estratégico de comunicación (Vol. I: Un modelo de planificación estratégica, paso a paso)*. Editorial UOC. Colección Dircom.
- Moreno Torres, J. L. (coord.) y VV.AA. (2023). *Comunicación institucional y política*. Fundación Democracia y Gobierno Local. Serie Claves del Gobierno Local 37.

##### Otros recursos

- Bank, D., DiMauro, D., Pehme, M. (Directores). (2017) *Pásame con Roger Stone* [Documental]. Netflix.
- Benzekri, E., Delafon, J. (Creadores). (2016-2020). *Baron Noir* [Serie]. Kwai.
- Cahn, D. (Creadora). (2023). *La diplomática* [Serie]. Netflix.
- Clooney, G. (Director). (2011). *Los idus de marzo* [Película]. Cross Creek Pictures, Exclusive Media Group, Smoke House Pictures.
- Haynes, T. (Director). (2019). *Brexit: una guerra incivil* [Película]. Channel 4 House Productions.
- Jarrold, J., Winterbottom, M., Wilcox, A., Whitecross, M. (Directores). (2022). *This England* [Serie]. Revolution Films, Fremantle Media North America, Passenger, Sky.
- Nichols, M. (Director). (1998). *Primary Colors* [Película]. Icarus
- Podrovnik, G. (Director). (2022). *Thatcher, el legado de hierro*. [Documental]. Hauteville Productions, Arte Francia.
- Price, A. (Creador). (2010-2013). *Borgen*. [Serie]. DR Fiktion.
- Price, A. (Creador). (2022). *Borgen: Reino, poder y gloria*. [Serie]. Netflix, SAM Productions.
- Rhimes, S. (Creadora). (2012-2018). *Scandal* [Serie]. CBS Television Studios, ShondaLand.
- Roach, J. (Director). (2012). *Game change* [Película]. HBO.
- Sorkin, A. (Creador). (1999-2006). *El Ala Oeste de la Casa Blanca* [Serie]. Warner Bros. Television, John Wells.
- Willimon, B. (Creador). (2013-2018). *House of Cards* [Serie]. Netflix, Media Rights Capital (MRC), Panic Pictures, Trigger Street Productions.
- Asociación de Comunicación Política:
- *La revista de ACOP*
- <https://compolitica.com/publicaciones-acop/la-revista-de-acop/>



## 5. DATOS DEL PROFESOR

Nombre y Apellidos	Dña. María Carmen Carmona Ramos
Departamento	Comunicación
Titulación académica	Licenciada en Ciencias de la Información
Correo electrónico	<a href="mailto:mcarmona@nebrija.es">mcarmona@nebrija.es</a>
Localización	Campus Facultad de Comunicación y Artes- 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>Adjunta a la directora general de Medios de Comunicación de la Comunidad de Madrid, con especial involucración en el diseño y desarrollo de actos institucionales y elaboración de mensajes. Profesora del Máster en el curso 2023/24.</p> <p>Tras más de una década en medios de comunicación, radio principalmente (Antena 3, Onda Cero y Cadena SER), entre 2003 y 2017 ejerció como responsable de prensa en el Ayuntamiento de Alcalá de Henares.</p> <p>Licenciada en Ciencias de la Información (Periodismo) por la Universidad Complutense de Madrid tras cursar los primeros cuatro años en la Universidad Pontificia de Salamanca. En su formación destaca el Máster oficial en Dirección de Protocolo, Producción, Organización y Diseño de Eventos y un postgrado en Dirección de Campañas Electorales.</p>

Nombre y Apellidos	D. Alcides Javier Pereira Falcón
Departamento	Comunicación
Titulación académica	Licenciatura en Comunicación Social. Universidad Católica Andrés Bello (Caracas)
Correo electrónico	<a href="mailto:apereirf@nebrija.es">apereirf@nebrija.es</a>
Localización	Campus Facultad de Comunicación y Artes- San Francisco de Sales
Tutoría	Horario de tutoría Contactar con el profesor previa petición de hora por e-mail

<p>Experiencia docente, investigadora y/o profesional, así como investigación del profesor aplicada a la asignatura, y/o proyectos profesionales de aplicación.</p>	<p>Licenciado en Comunicación Social por la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB), Caracas, Venezuela. Estudios en el Máster de Ciencias Políticas en la Universidad Simón Bolívar (USB), Caracas, Venezuela; y en el Máster de Comunicación Política de la Universidad Autónoma de Barcelona (UAB), Barcelona, España.</p> <p>Desarrolló su actividad profesional como periodista en el diario El Nacional. Desempeñó responsabilidades como coordinador de Investigación y Gerente de Contenidos Interactivos en esa casa editorial, además de encargarse de la coordinación operativa y editorial de todas las plataformas (impresas y digitales) durante la cobertura de múltiples campañas electorales, entre los años 2004 y 2013.</p> <p>Ha trabajado como especialista en comunicación política en partidos e instituciones. Fue director de Comunicaciones de la Alcaldía de Chacao en Caracas, Venezuela. Actualmente es Coordinador de Comunicación Digital en la Dirección General de Medios de la Comunidad de Madrid.</p> <p>Es profesor en el Máster en de Marketing y Comunicación Política MF de la Universidad de Nebrija y en el Posgrado en Liderazgo Político y Management Político del CES Cardenal Cisneros, de la Universidad Complutense de Madrid.</p>
---	---