



Formación de portavoces  
y relaciones institucionales

Grado en Publicidad y  
Relaciones Públicas  
2024-25



UNIVERSIDAD  
NEBRIJA

## GUÍA DOCENTE

**Asignatura:** Formación de portavoces y Relaciones Institucionales

**Titulación:** Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

**Curso Académico:** 2024-25

**Carácter:** Optativa

**Idioma:** Español

**Modalidad:** Presencial

**Créditos:** 6

**Curso:** 3º

**Semestre:** 1º

**Profesores/Equipo Docente:** Dr. D. Francisco José Suárez Rodríguez

## 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.
- Demostrar el correcto uso del lenguaje oral y escrito en la lengua española.
- Aplicar los conocimientos teóricos a la comprensión de la realidad y a la resolución de problemas específicos del área de conocimiento de las Ciencias Sociales, especialmente en el ámbito de la Comunicación.
- Transmitir información, problemas, ideas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado en el ámbito de la Comunicación.
- Demostrar la capacidad para trabajar en equipo, desarrollando las relaciones interpersonales, dentro de la elaboración de proyectos de comunicación.
- Aplicar un razonamiento crítico a partir del uso del análisis y la síntesis.
- Organizar eficazmente el tiempo en la elaboración de planes de comunicación.
- Demostrar una capacidad crítica y autocrítica.
- Evaluar, tomar decisiones y planificar estrategias de comunicación.
- Resolver problemas que surgen en la construcción de mensajes y en el desarrollo de procesos comunicativos.

### 1.2. Resultados de aprendizaje

Entendimiento de los conceptos fundamentales relacionados con el conocimiento y las técnicas necesarias para el asesoramiento o realización de las funciones de un portavoz especialista en comunicación de cualquier organización, así como el estudio y la comprensión del protocolo y

relaciones institucionales en organismos públicos y privados a través de la superación de la prueba final, ordinaria y extraordinaria. Creación, diseño y desarrollo de eventos profesionales.

## 2. CONTENIDOS

### 2.1. Requisitos previos

Ninguno.

### 2.2. Breve descripción de los contenidos

Conocimiento y técnicas necesarias para el asesoramiento o realización de las funciones de un portavoz de cualquier organización, así como en el estudio y la comprensión del protocolo y relaciones institucionales en organismos públicos y privados.

### 2.3. Contenido detallado

- 1.- Trabajo y funciones del portavoz.
- 2.- Características del portavoz.
- 3.- Funciones del portavoz.
- 4.- Hablar para convencer. Introducción al arte de la oratoria.
- 5.- Elaboración de intervenciones y discursos. Técnicas para una comunicación oral y escrita eficaz.
- 6.- El arte de presentar. La importancia de realizar presentaciones eficaces. Errores a evitar. Técnicas de presentación.
- 7.- Técnicas de comunicación no verbal.
- 8.- Desarrollo de un Plan Estratégico de RR.II.
- 9.- Técnicas para ser eficaz ante los medios de comunicación. Prensa escrita/prensa online.
- 10.- Técnicas para ser eficaz ante los medios de comunicación. Medios audiovisuales.
- 11.- Gestión estratégica de eventos, actos y convenciones. La importancia del evento como herramienta estratégica en la comunicación actual.
- 12.- Cómo actuar eficazmente ante una crisis de reputación institucional. Técnicas y procesos. Buenas prácticas y errores a evitar.
- 13.- El papel del lobby en las RR.II. actuales. Su creciente influencia en la comunicación actual.

### 2.4. Actividades dirigidas

- La prueba parcial será un examen escrito y tendrá una valoración del 10% de la nota final.
- Las actividades dirigidas supondrán un 30% de la nota final, serán dos y consistirán en:

#### AD 1: Valoración de las RR.II en la actualidad. (Individual)

El objetivo de esta actividad es evaluar la capacidad de expresión escrita y oral de los alumnos. De forma individual, los alumnos realizarán una presentación oral sobre un caso de actualidad y de libre elección, y cuya base será un texto escrito por ellos. En la presentación se incluirán argumentos a favor y en contra de la propuesta.

**AD 2: Gestionar un encuentro con los medios de comunicación. (Grupos).**

El objetivo de esta actividad es ejercitar las buenas prácticas y técnicas en la relación con los medios de comunicación, que todo Portavoz debe dominar. El alumno simulará la organización de un encuentro con los medios (escritos y audiovisuales), incidiendo en la actuación del portavoz con cada tipo de medio y diseñando también el formato de evento / jornada en la que tendrá lugar el encuentro. El ejercicio se presentará en formato Power Point y se realizará por grupo

- La prueba final será un examen escrito que tendrá una valoración del 50% de la nota final.

**2.5. Actividades formativas**

CÓDIGO	ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PORCENTAJE DE 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 (AP)
- 7,0 – 8,9 (NT)
- 9,0 – 10 Sobresaliente (SB)

La mención de matrícula de honor podrá ser otorgada a los alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0.

**3.2. Criterios de evaluación**

Convocatoria Ordinaria

Sistema de Evaluación	Ponderación
SE1. Asistencia y participación	10%
SE2. Prueba parcial	15%
SE3. Actividades académicas dirigidas	25%
SE4. Prueba final presencial	50%

Convocatoria Extraordinaria

Sistema de Evaluación	Ponderación mínima
SE1. Asistencia y participación	10%
SE3. Actividades académicas dirigidas	25%

SE3. Prueba final presencial	65%
------------------------------	-----

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, será potestad del profesor solicitar y evaluar de nuevo las actividades dirigidas si éstas no han sido entregadas en fecha, no han sido aprobadas 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 o ortográficos. El no cumplimiento de los mínimos aceptables puede ocasionar que se resten puntos en dicho trabajo.

### 3.4. Advertencia sobre plagio

La Facultad de Ciencias de la Comunicación 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. En caso de detectarse este tipo de prácticas la sanción consistirá en el suspenso de la asignatura en la convocatoria correspondiente.

## 4. BIBLIOGRAFÍA

- **Bibliografía básica**

- Berceruelo, B. (2016) *Comunicación Empresarial*. Madrid. Equipo de comunicación
- Burgueño, J.M. (2014). *Comunicación Institucional para Periodistas. Manual Práctico de Comunicación y Relaciones Públicas*. Barcelona. UOC.
- Correas, G. (2009). *Protocolo para empresas*. Oviedo: Ediciones Protocolo.
- Davis, F. (2012) *La comunicación no verbal*. Madrid. Alianza editorial.
- Fuente, C. (2007). *Protocolo para eventos*. Técnicas de organización de actos (I). Ediciones Protocolo.
- Martínez Solana, Y. (2004). *La Comunicación Institucional*. Madrid. Fragua.
- Pérez Ortega, A. (2012 2ª edición). *Marca Personal. Cómo convertirse en un la opción preferente*. ESIC.
- Reyero, J. (2006). *Hablar para convencer*. Pearson Practice Hill.
- Turchet, P. (2010). *El lenguaje del cuerpo*. Mensajero
- Xifrá, J. (2005). *Planificación Estratégica de las Relaciones Públicas*. Barcelona. Paidós.

- **Bibliografía complementaria**

- Del Rey, J. (2007). *Comunicación Política, Internet y Campañas Electorales*. De la teledemocracia a la ciberdemocracia. Tecnos.
- DIRCOM (2015). *Anuario de la Comunicación 2015*. Madrid. Dircom.
- DIRCOM (2013). *Manual de la Comunicación*. Madrid. Dircom.
- DIRCOM (2011). *Comunicación. Casos Prácticos*. Madrid: Estudios y Ediciones IESE.
- Grunig, J. y Hunt, T. (2003): *Dirección de Relaciones Públicas*. Barcelona. Gestión.

- Marañón, G. (2012). *El arte de presentar. Cómo planificar, estructurar, diseñar y exponer presentaciones*. Tecnos.
- Verderber, R.F. (1993) *Comunícate. México DF*. Cengage Learning.
- Wilcox, D, Cameron, G. y Xifrá, J. (2012): *Relaciones Públicas. Estrategias y tácticas*. Edimburgo: Pearson Education. 10ª edición.

- **Otros recursos**

- [www.dircom.org](http://www.dircom.org)
- [www.topcomunicacion.com](http://www.topcomunicacion.com)
- [www.prnoticias.com](http://www.prnoticias.com)
- [www.marketingdirecto.com](http://www.marketingdirecto.com)
- [www.reasonwhy.es](http://www.reasonwhy.es)
- [www.puromarketing.com](http://www.puromarketing.com)
- [www.holmesreport.com](http://www.holmesreport.com)

## 5. DATOS DEL PROFESOR

Nombre y Apellidos	Dr. D. Francisco José Suárez Rodríguez
Departamento	Comunicación Audiovisual
Titulación académica	Doctor
Correo electrónico	fsuarez@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

<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 Periodismo por la Universidad Complutense de Madrid. Doctor en Periodismo por la Universidad Complutense de Madrid con la calificación de Sobresaliente Cum Laude por la tesis <i>“Antena 3 ante el desafío online: desarrollo estratégico y análisis prospectivo”</i>. Premio Extraordinario de Doctorado. Profesional de los medios de comunicación desde 1984, ha trabajado en los departamentos de prensa del <i>Real Madrid C. de F.</i>, <i>Grupo Volkswagen</i> y multinacional italiana <i>Mapei</i>. Director de comunicación del equipo ciclista <i>Clas-Mapei</i>. En la prensa escrita, miembro fundador del diario <i>El Mundo</i> en su sección de deportes; corresponsal del diario catalán <i>Sport</i> y colaborador de varios periódicos regionales asturianos. Ha sido miembro del equipo de deportes de <i>Antena 3 Radio</i> bajo la dirección de José María García, y en televisión, tras un breve paso por <i>Telecinco</i>, desde 1998 forma parte de la redacción de los Servicios Informativos de <i>Antena 3 Televisión</i>.</p> <p>En el mundo de la docencia, ha sido profesor en la licenciatura y el grado de Periodismo y Comunicación Audiovisual en las universidades <i>Francisco de Vitoria</i> y <i>Camilo José Cela</i> y el <i>Instituto Tracor</i>, . Actualmente imparte enseñanza en la <i>Universidad Antonio de Nebrija</i> en asignaturas del grado de Periodismo, Comunicación Audiovisual y estudios de Postgrado. Es profesor de la asignatura <i>Dirección, edición y producción de espacios informativos</i> del Máster de Periodismo en Televisión <i>Universidad Antonio de Nebrija/Antena 3 Televisión</i> y <i>Periodismo en televisión</i> del Máster en Periodismo Deportivo Marca de <i>Unidad Editorial/CEU</i></p> <p>Ha participado en seminarios y congresos tanto nacionales como internacionales sobre medios y nuevas tecnologías en los que ha presentado diversas ponencias.</p> <p>Es autor de varios capítulos de libros entre los que destacan:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- “La comunicación televisiva ante el fenómeno de Internet: EE.UU., Europa y España”. XV Foro de Investigadores en Comunicación. Universidad de Vigo. Vigo 2014.</li> <li>- “Tecnología y contenidos digitales aplicados”. V Congreso Internacional de Investigadores Audiovisuales. Madrid. 2014.</li> <li>- - “Antena 3 ante el desafío online: el proyecto 3.0 y su estrategia en las redes sociales. Editorial Fragua. Madrid, 2014.</li> </ul>
---	--