



GUÍA DOCENTE 2025-2026
Comunicación Interna y Externa

1. Denominación de la asignatura:

COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA

Titulación

MBA

Código

7609

2. Materia o módulo a la que pertenece la asignatura:

Liderazgo Estratégico y Marco Internacional

3. Departamento(s) responsable(s) de la asignatura:

Economía y Administración de Empresas

4.a Profesor/a que imparte la docencia (Si fuese impartida por más de uno/a incluir todos/as) :

Paula Rodríguez Torrico (prtorrico@ubu.es, despacho 2081) / Pedro Ángel López Alonso (palopez@ubu.es; despacho 2056)

4.b Coordinador/a de la asignatura

Paula Rodríguez Torrico (prtorrico@ubu.es; Despacho 2081)

5. Curso y semestre en el que se imparte la asignatura:

1er Semestre.

6. Tipo de la asignatura: (Básica, obligatoria u optativa)

Obligatoria



7. Número de créditos ECTS de la asignatura:

4

8. Competencias // Resultados de aprendizaje

COMP2. Empezar proyectos empresariales que requieran de creatividad, rigor intelectual, independencia e iniciativa personal y profesional.

COMP3. Comprender el funcionamiento de las organizaciones, de las áreas que las conforman y sus interrelaciones, así como las características del contexto en el que operan.

COMP5. Adquirir un compromiso ético sobre la responsabilidad con la sociedad y el desarrollo sostenible, incluyendo aspectos como la igualdad entre mujeres y hombres, la igualdad de oportunidades de las personas con discapacidad y la promoción de una cultura de paz y valores democráticos.

COMP9. Comprender el comportamiento organizativo incluyendo aspectos relativos a la gestión de personas y la comunicación interpersonal.

COMP10. Comprender la importancia de la creatividad, la innovación y los negocios en red para la dirección estratégica de las organizaciones.

HB4. Comunicar conclusiones sobre conocimientos adquiridos en relación a las diferentes áreas de la empresa.

HB5. Elaborar estudios e informes sobre la situación de la empresa y sus perspectivas futuras.

HB7. Desarrollar ideas originales que contribuyan al éxito empresarial

CON4. Evaluar la efectividad de las distintas herramientas de comunicación interna y externa en los diferentes contextos organizativos.

9. Programa de la asignatura

9.1- Objetivos docentes

Esta asignatura pretende ofrecer al alumnado instrumentos y estrategias para poder comunicar con sus públicos internos y externos a la empresa desde un punto de vista de marketing relacional (relaciones públicas y marketing interno especialmente). El objetivo final es que dotar a la empresa de una comunicación corporativa e interna eficaces que establezcan flujos de información bidireccionales fuera y dentro de la empresa.



9.2- Unidades docentes (Bloques de contenidos)

FUNDAMENTOS DE LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

1. Comunicación Organizacional

- 1.1. La función de Comunicación
- 1.2. Teoría de las Organizaciones
- 1.3. Modelos de Comunicación

2. Identidad, Imagen y Marca

- 2.1. Identidad: Componentes y Comunicación
- 2.2. Imagen y Posicionamiento
- 2.3. Gestión de Marca

3. La Planificación de la Comunicación

- 3.1. El Plan de Comunicación
- 3.2. Etapas de la Planificación Estratégica de la Comunicación

4. El público y el Mensaje

- 4.1. Públicos: Caracterización y Segmentación
- 4.2. Mensajes: Elaboración y Estrategia

COMUNICACIÓN INTERNA

5. La Comunicación Interna en la Organización

- 5.1. La Función Interna de Comunicación
- 5.2. Planificación de la Comunicación Interna
- 5.3. Herramientas de Gestión y Evaluación

COMUNICACIÓN EXTERNA

6. Herramientas de Comunicación

- 6.1. Publicidad
- 6.2. Promoción de Ventas y Venta Personal
- 6.2. Relaciones Públicas y Gestión de la influencia

7. Medios de Comunicación

- 7.1. Medios de Comunicación Tradicionales
- 7.2. Medios de Comunicación en el Entorno Digital

8. Implementación y Evaluación de la Comunicación

- 8.1. Cronograma
- 8.2. Presupuesto
- 8.3. Indicadores Clave de Rendimiento (KPI)

9. Gestión de Crisis

- 9.1. Tipos de crisis
- 9.2. Gestión de crisis: estrategias y acciones



9.3- Acceso a la Bibliografía Recomendada desde Leganto

https://leganto.ubu.es/leganto/public/34BUC_UBU/lists?courseCode=7609&auth=SAML

10. Metodología de enseñanza y aprendizaje y su relación con las competencias/resultados de aprendizaje que debe adquirir/alcanzar el/la estudiante:

Exposiciones teóricas, discusión de casos por grupos, presentación de trabajos y pruebas orales y escritas.

Dada la imposibilidad de introducir decimales en la tabla de "metodología enseñanza y aprendizaje", se muestra a continuación información sobre el número de horas de aquellas actividades formativas que, de acuerdo con los datos incluidos en la memoria del título, sí se han calculado con decimales: Trabajo en grupo: 10,5 h.; Evaluación: 1,5 h.; Total horas presenciales: 14,5 h.; Total horas de trabajo: 85,5 h.; Total horas: 100 h.

Metodología	Competencia/resulta do de aprendizaje relacionado	Horas presenciales	Horas de trabajo	Total de horas
Presentación, discusión de contenidos y resolución de estudios de caso por el estudiantado	CON4, COMP2, COMP5, COMP10, HB4, HB5, HB7	11	11	22
Autoaprendizaje	TODAS	0	62	62
Trabajo en grupo	COMP2, HB5, HB7, CON4	0	11	11
Exposiciones públicas	HB4, HB5, HB7	2	0	2
Tutorías	COMP2, COMP3, COMP5, COMP9, COMP10	0	2	2
Evaluación	TODAS	2	0	2
Total		15	86	101



11. Sistemas de evaluación:

Para superar la asignatura será necesario obtener una calificación mínima del 30% en las pruebas finales de adquisición de competencias.

En la segunda convocatoria sólo son susceptibles de recuperación las pruebas finales de adquisición de competencias. Este criterio se establece con base en la filosofía subyacente en la metodología de evaluación continua que supone un trabajo continuado a lo largo del curso.

El sistema de evaluación para estudiantes de intercambio deberá ser modificado en el supuesto de que los calendarios académicos de las universidades de origen y de destino no sean coincidentes.

Procedimiento	Peso primera convocatoria	Peso segunda convocatoria
Participación, aportaciones y actitud en las actividades formativas (por ejemplo, participación en las clases presenciales, en los seminarios, en foros y debates virtuales, etc.)	20 %	20 %
Elaboración y presentación de estudios de caso y trabajos acordes con los contenidos de la asignatura	40 %	40 %
Pruebas finales de adquisición de competencias, conocimientos y habilidades	40 %	40 %
Total	100 %	100 %

Evaluación excepcional:

En el sistema de evaluación excepcional se exigirá la entrega de trabajos en las mismas fechas que en el sistema ordinario, así como la presentación a las pruebas de evaluación final que se establezcan.

Los pesos de cada procedimiento en la evaluación excepcional son los mismos que en la evaluación ordinaria.

12. Recursos de aprendizaje y apoyo tutorial:

Presentaciones de clase, bibliografía y artículos, tutoría presencial y virtual, plataforma del máster y externas y conferencias y actividades del master.



13. Calendarios y horarios:

De acuerdo a lo publicado en la página web del título.

14. Idioma en que se imparte:

Español, con algunos recursos en inglés.