



Guía Docente

Comunicación Estratégica

Grado en Comunicación
MODALIDAD PRESENCIAL

Curso Académico 2025-2026

Índice

RESUMEN

DATOS DEL PROFESORADO

REQUISITOS PREVIOS

RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

CRONOGRAMA ORIENTATIVO DE LA ASIGNATURA

METODOLOGÍA

ACTIVIDADES FORMATIVAS

EVALUACIÓN

INFORMACIÓN ADICIONAL

BIBLIOGRAFÍA

RESUMEN

Centro	Universidad del Atlántico Medio
Titulación	Comunicación
Asignatura	Comunicación Estratégica
Materia	Tecnologías, Herramientas y Estrategias Digitales
Carácter	Formación Obligatoria
Curso	4º
Semestre	1
Créditos ECTS	6
Lengua de impartición	Castellano
Curso académico	2025-2026

DATOS DEL PROFESORADO

Responsable de Asignatura	Nombre del profesor
Correo Electrónico	Mail institucional
Tutorías	De lunes a viernes bajo cita previa. El alumnado deberá solicitar la tutoría previamente a través del Campus Virtual o a través del correo electrónico.

REQUISITOS PREVIOS

Sin requisitos previos.

RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

Competencias:

COM08

Diseñar los aspectos formales y estéticos en entornos digitales, así como utilizar técnicas informáticas para la representación y transmisión de hechos y datos.

COM09

Estructurar comunidades virtuales en los social media, utilizando las herramientas y tendencias en el tratamiento de personas y datos y programación de contenidos.

COM10

Redactar contenidos multimedia con un enfoque informativo y promocional, considerando el nuevo público digital y adaptando los mensajes.

COM11

Estructurar los contenidos audiovisuales de los productos digitales presentes en la Red, conforme a criterios de usabilidad y ordenación de la información.

COM12

Gestionar demandas emergentes en el comercio electrónico, ayudando en el planteamiento y gestión del e-commerce.

Conocimientos:

CON01

Conocer los contextos, culturales, sociales, económicos y políticos necesarios que permitan relacionarse con la sociedad.

CON07

Conocer los nuevos paradigmas y procesos estratégicos en la creación de la identidad digital en las instituciones públicas y privadas.

CON08

Identificar los conceptos fundamentales de análisis, planificación, así como de las técnicas de elaboración de estrategias de marketing online en instituciones públicas, privadas y medianas y pequeñas empresas.

Habilidades:

HAB01

Transmitir información, ideas, problemas y soluciones, tanto a audiencias expertas como no expertas en el ámbito de la comunicación.

HAB05

Utilizar los recursos y posibilidades específicas de los medios tradicionales (prensa, radio y televisión) en un formato multimedia y en nuevos soportes digitales.

HAB06

Aplicar las técnicas de seguimiento y monitorización de datos en Internet.

Cuando el estudiante supere esta asignatura será capaz de:

- Acceder a fuentes de información estructurada y no estructurada que pueden facilitar los procesos de toma de decisiones.
- Utilizar técnicas de investigación operativa para la toma de decisiones.

CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

- Herramientas de diagnóstico
- Planificación estratégica: objetivos, públicos, mensajes y programas.
- La estrategia en medios sociales.
- Tácticas.
- Control y medición.

Estos contenidos se desarrollarán por medio del siguiente programa:

Tema 1. Planificación estratégica

1.1 Introducción.

1.2 Estrategias.

1.3 Tácticas.

Tema 2. Objetivos y posicionamiento.

2.1 Introducción.

2.2 Objetivos.

2.3 Posicionamiento.

2.4 Formas de medición.

Tema 3. Público y mensajes.

3.1 Introducción.

3.2 Público y sus características.

- 3.3** Conexión con el cliente
- 3.4** Mensajes y tonos de comunicación.
- 3.5** Valores y atributos de marca.

Tema 4. Tipos de comunicación.

- 4.1** Introducción.
- 4.2** Comunicación pública vs privada.
- 4.3** Comunicación basada en distintos tipos de marcas.
- 4.4** Comunicación en competencia perfecta.
- 4.5** Comunicación atendiendo a diferentes problemáticas.

Tema 5. Aspectos importantes en la gestión de la comunicación de las marcas.

- 5.1** Introducción.
- 5.2** Estrategias en medios sociales.
- 5.3** Briefing.
- 5.4** Importancia de los eventos para el branding.
- 5.5** Importancia del embajador de marca.
- 5.6** Diferentes aspectos en la gestión de las propias marcas.

Tema 6. Control y medición de las estrategias en medios sociales

- 6.1** Introducción.
- 6.2** Herramientas de diagnóstico y control de medios sociales.

CRONOGRAMA ORIENTATIVO DE LA ASIGNATURA

<u>SEMANA</u>	<u>TEMA</u>
<u>1</u>	-
<u>2</u>	-
<u>3</u>	-
<u>4</u>	-
<u>5</u>	-
<u>6</u>	-
<u>7</u>	-
<u>8</u>	-
<u>9</u>	-
<u>10</u>	-
<u>11</u>	-
<u>12</u>	-
<u>13</u>	-
<u>14</u>	-
<u>15</u>	-
<u>16</u>	-

Nota: La distribución expuesta tiene un carácter general y orientativo, ajustándose a las características y circunstancias de cada curso académico y grupo clase.

METODOLOGÍA

- Método expositivo. Lección magistral.
- Estudio individual.
- Resolución de problemas.
- Metodología por proyectos.
- Tutoría presencial (individual y/o grupal)
- Heteroevaluación, autoevaluación y coevaluación.

ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS
Clases expositivas	30
Sesiones de trabajo práctico	7
Proyectos y trabajos	7
Tutoría y seguimiento	7
Evaluación	7
Trabajo autónomo del alumno	81
Prácticas	9
Talleres	2

Las actividades formativas tienen un porcentaje de presencialidad del 100% a excepción del Trabajo Autónomo del estudiante.

EVALUACIÓN

SISTEMAS DE EVALUACIÓN	PORCENTAJE CALIFICACIÓN FINAL
Asistencia y participación activa	10%
Realización de trabajos y prácticas	40%
Pruebas de evaluación teórico-prácticas	50%

Sistemas de evaluación

- Primera matrícula

Se aplicará el sistema de evaluación continua, donde se valorarán de forma integral los resultados obtenidos por el estudiante, mediante los criterios de evaluación indicados, siempre que, el estudiante haya asistido, como mínimo, **al 80% de las clases**.

En el caso de que los estudiantes asistan a clase en un porcentaje inferior al 80%, el estudiante no podrá presentarse a la convocatoria ordinaria.

En primera matrícula los estudiantes deberán superar cada una de las partes evaluativas de la asignatura para que se haga media en el cálculo de la nota final de la asignatura.

- Convocatoria ordinaria:

La convocatoria ordinaria estará conformada por los elementos de evaluación reflejados en los sistemas de evaluación; cada uno de los cuales debe ser superado para proceder al cálculo de la nota de la asignatura.

- Convocatoria extraordinaria:

Los estudiantes podrán examinarse en convocatoria extraordinaria atendiendo al mismo sistema de evaluación de la convocatoria ordinaria. Se podrá acudir con aquellas partes de la evaluación que no superase en convocatoria ordinaria.

Si ha suspendido la parte de realización de trabajos deberá presentar nuevamente dichos trabajos que podrán ser o no los mismos según indique el docente.

Si la parte no superada es el examen deberá presentarse a un nuevo examen en su totalidad (teoría y/o práctica) según la estructura que posea el mismo y del que habrá sido informado el estudiante a inicios de la asignatura.

Dispensa académica:

Para aquellos estudiantes que hayan obtenido dispensa académica por causa justificada, se establecerá un sistema alternativo de evaluación siguiendo lo recogido en Normativa de Evaluación de la Universidad.

El sistema alternativo de evaluación estará conformado por los elementos del sistema de evaluación reflejado en esta guía docente. En el caso de dispensa, se sustituirá asistencia y/o participación por otra actividad formativa adecuada que permita alcanzar los resultados de aprendizaje previstos y obtener la calificación máxima de la asignatura siguiendo las indicaciones que establezca el docente al comienzo de la asignatura.

Segunda y siguientes matrículas

Las segundas y siguientes matrículas poseerán una evaluación idéntica a la expuesta en primera matrícula en la que no tendrán en consideración las entregas de cursos anteriores ni notas de pruebas de evaluación de la matrícula anterior. A todos los efectos el estudiante debe volver a realizar y superar todas las partes reflejadas el sistema de evaluación reflejado en esta guía.

-Convocatoria de finalización de estudios y convocatoria de gracia:

En el caso de convocatoria de finalización de estudios y convocatoria de gracia se aplicará el sistema de evaluación de dispensa académica.

Si el estudiante no supera el examen de la asignatura, en actas aparecerá la calificación obtenida en la prueba.

Si el estudiante no se presenta al examen final en convocatoria oficial, figurará como "No presentado" en actas.

Información adicional

Entrega de actividades

Según está establecido institucionalmente, todos los ejercicios y trabajos se deben entregar por el Campus Virtual de la Universidad. No se aceptarán entregas en el correo electrónico del docente.

El trabajo se entregará en la fecha indicada por el docente.

Es el estudiante el responsable de garantizar dichas entregas y plazos en el Campus Virtual. Todos aquellos trabajos presentados fuera de fecha o por otras vías diferentes al Campus Virtual o a las indicadas por el docente contarán como no presentados.

El formato de entrega será el que indique el docente para cada una de las actividades en particular.

Si por capacidad o formato, no se puede realizar una entrega por el Campus Virtual, el docente informará de la vía alternativa de almacenamiento que suministra la universidad y su mantenimiento será responsabilidad del estudiante.

En cualquier caso, el trabajo deberá permanecer accesible hasta que finalice el curso académico.

El docente deberá realizar una copia de todos aquellos trabajos que por su naturaleza no puedan estar almacenados en el Campus Virtual.

Normativa:

Todas las pruebas susceptibles de evaluación, así como la revisión de las calificaciones, estarán supeditadas a lo establecido en la Normativa de Evaluación, la Normativa de Permanencia y la Normativa de Convivencia de la Universidad del Atlántico Medio públicas en la web de la Universidad:

[Normativa | Universidad Atlántico Medio](#)

Las conductas de plagio, así como el uso de medios ilegítimos en las pruebas de evaluación, serán sancionados conforme a lo establecido en estas normativas. El personal docente tiene a su disposición una herramienta informática antiplagio que puede utilizar según lo estime necesario. El estudiante estará obligado a aceptar los permisos de uso de la herramienta para que esa actividad sea calificada.

Sistema de calificaciones:

El sistema de calificaciones (R.D. 1125/2003, de 5 de septiembre) será:

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 estudiantes que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0. Se podrá conceder una matrícula por cada 20 estudiantes o fracción.

Exámenes:

Al examen solo se podrá acudir con la dotación que indique el docente responsable de la asignatura y el estudiante deberá acudir correctamente identificado. Según la parte del examen se podrá o no contar con dispositivos electrónicos, acceso a internet u otras herramientas o utilidades. El docente tiene la potestad de expulsar al estudiante del

examen si se hace uso de cualquier elemento no autorizado en el examen, obteniendo una calificación de suspenso.

En caso de producirse alguna irregularidad durante la celebración del examen o prueba de evaluación, se podrá proceder a la retirada inmediata del examen, expulsión del estudiante, calificación de suspenso y apertura de expediente si se considerase el caso.

El estudiante podrá solicitar la modificación de pruebas de evaluación por escrito a través de correo electrónico dirigido a Coordinación Académica, aportando la documentación justificativa correspondiente, dentro de los plazos indicados en cada caso en la Normativa de evaluación.

[Normativa-de-Evaluacion.pdf](#)

Estudiantes con discapacidad o necesidades educativas especiales

A fin de garantizar la igualdad de oportunidades, la no discriminación, la accesibilidad universal y la mayor garantía de éxito académico, los y las estudiantes con discapacidad o con necesidades educativas especiales podrán solicitar adaptaciones curriculares para el seguimiento de sus estudios acorde con el Programa de Atención a la Diversidad de la UNAM:

[Programa_atencion_diversidad.pdf](#)

BIBLIOGRAFÍA (según normativa APA)

Básica

- PINTANDO BLANCO T. Y SÁNCHEZ HERRERA J. (2017) Nuevas tendencias en Comunicación Estratégica. ESIC
- ALJURE SAAB, A. (2015) Plan Estratégico de Comunicación. El Método y recomendaciones prácticas para su elaboración.
- Diapositivas de la asignatura.

Complementaria

- Ø RIES A. & TROUT J. (2001) Posicionamiento. La batalla por su mente. Ed. McGraw Hill
- Ø SOLANA D. (2010). Postpublicidad. DoubleYou
- Ø MOLINÉ M. (2000) La fuerza de la publicidad. Editorial Mc Graw Hill.
- Ø THIEL P. (2014) De Cero a Uno. Editorial Gestión 2000.
- Ø WU T. (2020) Comerciantes de atención. Editorial Capitan Swing.
- Ø PEIRANO M. (2019) El enemigo conoce el sistema. Editorial Debate
- Ø HOLIDAY R. (2014) Growth Hacker Marketing. Profile Books.
- Ø HOFFMAN B. (2015) Marketers are from Mars. Consumers are from New Jersey. Type a Group, LLC.
- Ø GLADWELL M. (2017) El punto clave. Editorial Taurus
- Ø ROBERTS K. (2004) Lovemarks. El futuro más allá de las marcas. Kevin Roberts. Editorial Empresa Activa.
- Ø BERNAYS E. (2008) Propaganda. Editorial Melusina.
- Ø ¡SÁINZ A. (2002) Mírame! Teoría y práctica en los mensajes publicitarios. Ediciones Eneida.
- Ø LOIS G. (2012) Damm Good Advice. Editorial Phaidon.
- Ø HEALEY M. (2009) ¿Qué es el branding? Editorial Gustavo Gili
- Ø OGILVY D. (2001) Ogilvy & la publicidad. Editorial Folio
- Ø BASSAT L. (2006) Libro rojo de las marcas. Random House Mondadori.
- Ø STELL J. (2012) Verdades, mentiras y publicidad. Editorial Fragua.
- Ø SEGARRA T. (2009) Desde el otro lado del escaparate. Editorial Espasa.
- Ø HERREROS P. (2018) Sé transparente y te lloverán clientes. Editorial Alienta