



**UNIVERSIDAD DEL  
ATLÁNTICO MEDIO**

## **GUÍA DOCENTE**

**COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA**

**GRADO EN COMUNICACIÓN  
PRESENCIAL**

**CURSO ACADÉMICO 2023-2024**

# ÍNDICE

RESUMEN.....	3
DATOS DEL PROFESORADO .....	3
REQUISITOS PREVIOS.....	3
COMPETENCIAS .....	4
RESULTADOS DE APRENDIZAJE.....	5
CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA.....	5
METODOLOGÍA.....	6
ACTIVIDADES FORMATIVAS.....	6
EVALUACIÓN.....	7
BIBLIOGRAFÍA .....	11
RESUMEN POLÍTICA ACADÉMICA .....	12

## RESUMEN

<b>Centro</b>	<b>FACULTAD DE COMUNICACIÓN</b>		
<b>Titulación</b>	<b>GRADO EN COMUNICACIÓN</b>		
<b>Asignatura</b>	<b>Comunicación estratégica</b>	<b>Código</b>	F2C1G03032
<b>Materia</b>	<b>Tecnologías, Herramientas y Estrategias Digitales</b>		
<b>Carácter</b>	Obligatoria		
<b>Curso</b>	Cuarto		
<b>Semestre</b>	1º		
<b>Créditos ECTS</b>	6		
<b>Lengua de impartición</b>	Castellano		
<b>Curso académico</b>	2023-2024		

## DATOS DEL PROFESORADO

<b>Responsable de Asignatura</b>	ALBERTO YERAY ARTILES CASTELLANO
<b>Correo electrónico</b>	<a href="mailto:alberto.artiles@pdi.atlanticomedio.es">alberto.artiles@pdi.atlanticomedio.es</a>
<b>Teléfono</b>	647.407.837
<b>Tutorías</b>	<p>Consultar horario de tutorías en el campus virtual. El horario de atención al estudiante se publicará al inicio de curso en el Campus Virtual. En caso de incompatibilidad con las franjas horarias establecidas pueden ponerse en contacto a través del <i>mail</i> para concertar una tutoría fuera de este horario.</p> <p>Se ruega que se solicite la tutoría a través del Campus Virtual o a través del correo electrónico.</p>

## REQUISITOS PREVIOS

Sin requisitos previos

## COMPETENCIAS

---

### Competencias básicas:

#### CB1

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.

#### CB2

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.

#### CB3

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.

#### CB4

Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

#### CB5

Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

### Competencias generales:

CG1 - Conocer los contextos, culturales, sociales, económicos y políticos necesarios que permitan relacionarse con la sociedad.

CG4 - Capacidad de transmitir información, ideas, problemas y soluciones, tanto a audiencias expertas como no expertas en el ámbito de la comunicación.

### Competencias transversales:

No existen datos

### Competencias específicas:

CE20 - Conocimiento de 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.

CE10 - Capacidad y habilidad para buscar, seleccionar y jerarquizar cualquier tipo de fuente o documento (escrito, sonoro, visual, etc.) de utilidad para la elaboración y procesamiento de información, así como para su aprovechamiento comunicativo persuasivo o de ficción y entretenimiento.

## RESULTADOS DE APRENDIZAJE

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.**

**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 Alumno."*

## EVALUACIÓN

### Criterios de evaluación

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

### Sistemas de evaluación

Se aplicará el sistema de evaluación continua por asignatura donde se valorará de forma integral los resultados obtenidos por el estudiante mediante los procedimientos de evaluación indicados.

La evaluación es el reconocimiento del nivel de competencia adquirido por el estudiante y se expresa en calificaciones numéricas, de acuerdo con lo establecido en la legislación vigente.

### Sistemas de evaluación

#### Convocatoria ordinaria

El sistema de evaluación ordinario comprenderá tres partes bien diferenciadas: la realización de un examen teórico-práctico, la elaboración de un proyecto final y la asistencia activa a clases.

El examen teórico-práctico estará compuesto por preguntas tipo 'test', preguntas cortas y la realización de un caso práctico. Dicho examen tendrá una valoración del 50% de la nota final de la asignatura.

El proyecto final de la asignatura tendrá las siguientes características:

- Será individual.
- La temática del trabajo tendrá que ser acordada con el profesorado. Ésta se basará en el desarrollo de un plan de acciones para dar respuesta a un problema real de comunicación de marca o para el reposicionamiento o lanzamiento de una marca que puede ser planteado por el docente o por el estudiante siempre y cuando sea acordado con el docente.
- Deberá ser entregado en tiempo y forma correcta:
  - Limpio y ordenado
  - Nombre del alumno, del proyecto, de la asignatura
  - Digital
  - Fecha

Cabe destacar que, si el trabajo final no se entrega correctamente, es decir, en tiempo y forma, no se procederá a su corrección.

El trabajo final se centrará en dos partes, donde la primera se trata de un informe y la segunda en la realización de una presentación que será expuesta por los alumnos. La calificación que corresponde al 40% de la asignatura se basará en ambas partes citadas anteriores.

Con este trabajo se pretende que los alumnos sean capaces de seguir metodologías de trabajo que son estándares en la industria como Cross Industry Standard Process for Data Mining y que tomen decisiones que sean de interés a través de realizar procesos para obtener información relevante.

Finalmente, la evaluación de la asignatura se completa con la asistencia a clases del alumno con un peso del 10% de la nota final para los alumnos que asistan a todas las sesiones presenciales de la asignatura.

### **Convocatoria extraordinaria y siguientes:**

El sistema de evaluación extraordinario comprenderá dos partes bien diferenciadas: la realización de un examen teórico-práctico y la elaboración de un proyecto final.

El suspender cualquiera de las dos partes, prueba escrita teórico-práctica o realización de trabajos y prácticas, en la convocatoria ordinaria hace que el alumno tenga que acudir a la convocatoria extraordinaria para realizar de nuevo la parte no superada o ambas si fuese el caso.

En caso de no superar el proyecto final de la asignatura en convocatoria ordinaria, el alumno entregará en convocatoria extraordinaria un trabajo distinto al propuesto en la convocatoria ordinaria, y que será dictaminado por el profesor de la asignatura.

En caso de no superar el examen final de la asignatura en convocatoria ordinaria, el alumno tendrá que volver a realizarlo en la convocatoria extraordinaria. Dicho examen teórico-práctico constará de preguntas tipo 'test', preguntas cortas y la realización de un caso práctico.

En el caso de que los alumnos asistan a clase en un porcentaje inferior al 75%, el alumno únicamente podrá presentarse a la convocatoria extraordinaria. Para este alumno, la nota final se basará en la realización del examen teórico-práctico y del proyecto final de la asignatura. Por lo cual, a la máxima nota que podrán optar será a un 90%. Dicha proporción se basará en la realización del examen final (50%) y en la ejecución del proyecto final (40%).

Si un alumno suspende una de las partes (examen teórico-práctico, trabajos y prácticas) en convocatoria ordinaria y en extraordinaria, el alumno debe volver a cursar la asignatura completamente, ya que no ha adquirido las competencias de la misma.

Los estudiantes que participan en programas de movilidad y que cuenten con alguna de las asignaturas de su acuerdo académico como no superadas en destino, o estuvieran calificadas como no presentadas, podrán presentarse en la convocatoria extraordinaria optando al 100% de la calificación siguiendo los criterios de calificación de la guía docente. Tal y como recoge la Normativa de Permanencia, el estudiante tendrá derecho a máximo de dos convocatorias por curso académico.



### Criterios de calificación

El criterio de calificación general consiste en que cada tarea se valora con una calificación de 0 a 10. Para obtener la nota media final se debe superar con una nota mínima de 5 cada una de las partes que componen la evaluación.

Si los alumnos asisten como mínimo al 75% de las clases, el sistema de calificación es el siguiente:

- (a) Examen final teórico-práctico que podrá constar de la realización de test, resolución de problemas o casos prácticos: 50% de la nota final.
- (b) Resolución de pruebas intermedias y de los ejercicios propuestos en cada bloque de la asignatura: 40% de la nota final.

En el caso de que los alumnos asistan a clase en un porcentaje inferior al 75%, el alumno no podrá presentarse en la convocatoria ordinaria.

Para obtener la calificación final, sumando los criterios anteriores, es necesario haber obtenido un mínimo de cinco puntos sobre diez en la realización del examen final y en cada una de las actividades/tareas/trabajo final que se realicen durante el curso. Si el alumno no supera con una nota mínima de 5 un trabajo/tarea se le asignará otro trabajo nuevo, debiendo superar también este trabajo con una nota mínima de 5. Si un alumno no entrega alguna/s de las tareas/trabajos planificados en el curso deberá acudir a la convocatoria extraordinaria, entendiéndose no superada la parte de realización de trabajos y prácticas de la asignatura en convocatoria ordinaria.

Si el alumno no supera el trabajo final de la asignatura en convocatoria ordinaria deberá realizar otro trabajo completamente nuevo para la convocatoria extraordinaria. No podrá ser una modificación o mejora del trabajo no superado. Este trabajo será designado por el docente. Si el alumno no tiene en cuenta lo indicado con anterioridad en este párrafo el trabajo presentado se considerará no apto, no superándose la asignatura.

Los trabajos realizados por los alumnos se pasarán por el software del turnitin para detectar plagio. Si el porcentaje de coincidencia es superior al 20% se comunicará al alumno. En este caso se tomará en consideración lo indicado en la Guía del Alumno relativo al plagio.

Las penalizaciones por plagio podrán ser:

- Minoración de la nota final del trabajo en un porcentaje que será decidido por los miembros del Tribunal;
- Suspense del trabajo;
- Suspense de la asignatura;

En el caso de incurrir en más de dos plagios en un mismo curso, repetición del curso académico completo o expulsión de la Universidad.

Si no se presenta el alumno al examen de convocatoria oficial figurará como no presentado dado que aprobar el examen teórico-práctico es condición básica para aprobar la asignatura.

La nota de los trabajos desarrollados durante el curso se guardará para el resto de convocatorias asociadas al presente proyecto docente.

Si un alumno suspende una de las partes (examen teórico-práctico/trabajo final asignatura) en convocatoria ordinaria y en extraordinaria, el alumno debe volver a cursar la asignatura completamente en el siguiente curso, ya que no ha adquirido las competencias de la misma.

**La asistencia a todas las clases es obligatoria durante todo el curso académico.**

Como norma general se tendrá en cuenta lo siguiente:

- Sólo tendrá derecho a examen aquel alumno que haya demostrado una progresión adecuada durante el curso, para lo cual se requiere un mínimo del 75% de asistencia a la asignatura.

Las faltas de asistencia el día anterior y/o el mismo día de un examen, a cualquier asignatura que se imparta, se computarán como faltas dobles.

## BIBLIOGRAFÍA

- **Básica**
  - SOLANA D. (2010). Postpublicidad. DoubleYou
  - Diapositivas de la asignatura.
  
- **Complementaria**
  - RIES A. & TROUT J. (2001) Posicionamiento. La batalla por su mente. Ed. McGraw Hill
  - MOLINÉ M. (2000) La fuerza de la publicidad. Editorial Mc Graw Hill.
  - THIEL P. (2014) De Cero a Uno. Editorial Gestión 2000.
  - WU T. (2020) Comerciantes de atención. Editorial Capitan Swing.
  - PEIRANO M. (2019) El enemigo conoce el sistema. Editorial Debate
  - HOLIDAY R. (2014) Growth Hacker Marketing. Profile Books.
  - CARR N. (2011) Superficiales. ¿Qué está haciendo Internet con nuestras mentes? Editorial Taurus.
  - GODIN S. (2011) Todos somos un poco raros. Alienta Editorial
  - COLLINS J. (2001) Good to great. Random House
  - HOFFMAN B. (2015) Marketers are from Mars. Consumers are from New Jersey. Type a Group, LLC.
  - GLADWELL M. (2017) El punto clave. Editorial Taurus
  - OLINS W. (2004) Brand. Editorial Turner
  - AHMED A. OLANDER S. (2012) Velocidad. 7 leyes del mundo digital. Editorial Vermilion
  - ROBERTS K. (2004) Lovemarks. El futuro más allá de las marcas. Kevin Roberts. Editorial Empresa Activa.
  - BERNAYS E. (2008) Propaganda. Editorial Melusina.
  - ¡SÁINZ A. (2002) Mírame! Teoría y práctica en los mensajes publicitarios. Ediciones Eneida.
  - LOIS G. (2012) Damm Good Advice. Editorial Phaidon.
  - HEALEY M. (2009) ¿Qué es el branding? Editorial Gustavo Gili
  - OGILVY D. (2001) Ogilvy & la publicidad. Editorial Folio
  - BASSAT L. (2006) Libro rojo de las marcas. Random House Mondadori.
  - STELL J. (2012) Verdades, mentiras y publicidad. Editorial Fragua.
  - BONO E. (2008) Pensamiento lateral práctico. Editorial Paidós.
  - SEGARRA T. (2009) Desde el otro lado del escaparate. Editorial Espasa.
  - HERREROS P. (2018) Sé transparente y te lloverán clientes. Editorial Alienta
  - RABELLA R. (2006) La Publicidad de Lorente. Editorial Folio
  
- **Recursos web:**
  - Diapositivas de la asignatura
  - SOLANA D. (2010). Postpublicidad, el libro líquido. (recurso abierto, disponible en <https://postpublicidad.es/>)

## RESUMEN POLÍTICA ACADÉMICA

- a. [La asistencia a clase](#) es fundamental. Si el alumno se acoge al sistema de evaluación continua, la no asistencia a una clase no exime de presentar los trabajos que se hayan solicitado. Recuerde que un porcentaje de la nota final depende de la participación.
- b. [Las clases comienzan y terminan](#) a la hora establecida. Una vez que comience la clase, por deferencia al resto de compañeros y al docente, no está permitida la entrada de ningún alumno. Con el mismo criterio, tampoco se permite la salida de clase antes de su finalización. Atascos, tutorías, viajes, reuniones... no son razones que permitan sortear esta norma.
- c. [Está prohibido](#) comer, beber, mascar chicle y todo aquello que dicta la educación y el sentido común durante la clase.
- d. [Está terminantemente prohibido](#) hacer uso del teléfono móvil con fines personales.
- e. [Honestidad académica](#). El plagio, las trampas, las ayudas no autorizadas para la elaboración de trabajos o la falsificación de documentos implican el suspenso automático de la asignatura y el traslado de lo ocurrido al Decano de la Facultad para la adopción de las medidas oportunas (apertura de expediente y/o expulsión). Plagiar es la mayor infracción en la que se puede incurrir en la Universidad. Desconocer qué es plagiar no es una eximente. En el ámbito académico quizá sería un agravante. Tampoco es posible plagiar “sin mala intención”. Todos los trabajos deben ser originales y todos los recursos utilizados deben ser referenciados con arreglo a la normativa establecida por la Universidad. El ‘olvido’ de una referencia será considerado plagio.
- f. [Integridad Académica](#). La ausencia de citación de fuentes, el plagio de trabajos o uso indebido/prohibido de información durante los exámenes, o la firma en la hoja de asistencia por un compañero que no está en clase, implicará la pérdida de la evaluación continua, sin perjuicio de las acciones sancionadoras que estén establecidas por la Universidad.
- g. [Faltas de ortografía](#). En cuanto a las faltas de ortografía, y como regla general, una falta grave supondrá un punto menos en el ejercicio o evaluación. Dos faltas graves dos puntos menos y tres faltas graves un suspenso en el ejercicio o evaluación. Respecto a las faltas de ortografía consideradas leves (tildes), dos faltas equivalen a una grave.