Universidad de Navarra

Comunicación Empresarial 3-Grupo B

Guía docente 2026-27

PRESENTACIÓN

Breve descripción: Esta asignatura, junto con Comunicación Empresarial 4, trata de acercar a los estudiantes a la realidad de la comunicación corporativa, aportando los conocimientos, las técnicas, las herramientas y las habilidades necesarias para que puedan apoyar las estrategias comunicativas de la organización, e incluso liderar la gestión de la comunicación.

Titulación: Grado en Gestión Aplicada- Applied Management

Facultad: School of Applied Management / Escuela de Gestión Aplicada

Curso: 2º

Semestre: 2º

Organización temporal: semestral

ECTS: 3

Requerimientos: ninguno

Profesores: María Carmen Erviti

Tipo de asignatura: obligatoria

Módulo: Comunicación e idiomas modernos

Materia: Comunicación en las organizaciones

Idioma: Castellano

Horario de clases

RESULTADOS DE APRENDIZAJE (Competencias)

BÁSICAS

RA6 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.

RA19 Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

RA20 Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

GENERALES

RA71 Tener una actitud reflexiva y crítica que permita identificar supuestos y evaluar situaciones en términos de evidencia, con un punto de vista creativo, constructivo y orientado a la resolución de problemas relacionados con la asistencia a la gestión y dirección empresarial.

ESPECÍFICAS

RA13 Facilitar y coordinar el trabajo y la cooperación interfuncional, actuando como puente de comunicación entre distintas redes de trabajo interrelacionadas.

RA15 Identificar y gestionar eficazmente los foros y relaciones clave para el desarrollo de la actividad de la empresa.

RA24 Utilizar eficazmente los canales de comunicación interna y externa de la organización.

PROGRAMA

I. La Comunicación Corporativa: organización y públicos

1.1 Concepto

1.2 La Comunicación Corporativa en el organigrama de la organización

1.3 Concepto de público y mapas de públicos

II. Comunicación y atención al cliente

2.1 Los clientes

2.2 Funciones y procedimientos de la atención al cliente

2.3 Canales de comunicación

III. De la identidad a la reputación (I): la identidad y la cultura

3.1 Concepto de identidad corporativa

3.2 Identidad visual: arquitectura de marca y elementos de la identidad visual

3.3 Cultura corporativa

IV. De la identidad a la reputación (II): la imagen y la reputación

4.1 Imagen corporativa

4.2 Reputación corporativa

4.3 Relación entre identidad, imagen y reputación corporativa

V. La comunicación externa: los modelos POEM y PESO

5.1 Medios propios: tipos de webs, newsletter e Email marketing, otros medios

5.2 Medios pagados: publicidad y patrocinio

5.3 Medios ganados

5.4 Medios compartidos: redes sociales

ACTIVIDADES FORMATIVAS

	HORAS	PRESENCIALIDAD
AF1 Clases presenciales teóricas y/o prácticas	30	100%
AF2 Trabajo individual o en grupo y estudio personal	45	0%
AF4 Presentaciones y defensas orales	1	100%

*

EVALUACIÓN

CONVOCATORIA ORDINARIA

La evaluación de la asignatura consta de dos partes (Evaluación continua y SE3 Evaluación parcial y final). **Para aprobar la asignatura es necesario aprobar ambas partes.** En caso de suspender, la nota correspondiente a esta asignatura será 4.0. En la siguiente tabla se refleja el peso de cada una de las partes.

	PONDERACIÓN
Evaluación continua	70%
SE3 Evaluación parcial y final	30%

El desglose de la evaluación continua se presenta a continuación:

	TOTAL
SE2 Resolución de problemas y/o casos prácticos	20%
SE5 Evaluación de trabajos y proyectos individuales y/o en equipo*	40%
SE6 Exposición oral y defensa pública**	10%

* La evaluación de trabajo y proyectos corresponde a las entregas que se harán durante el semestre de acuerdo con el calendario.

** La nota de la exposición oral y defensa pública corresponde al formato de presentación definido para el proyecto.

CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA

Se pueden presentar las situaciones que se detallan a continuación, pero en cualquier caso **para aprobar la asignatura es necesario aprobar ambas partes (Evaluación continua y SE3 Evaluación parcial y final)** . En caso de suspender alguna de las dos partes, la nota definitiva será 4.0.

1. El alumno suspende la asignatura porque su nota no llega al 5.0 en la evaluación parcial y final, pero ha aprobado la evaluación continua.

En este caso se conserva la nota de la evaluación continua y el alumno debe presentarse a un examen de toda la asignatura. Se mantienen los pesos de la evaluación continua y la evaluación parcial y final como en la convocatoria ordinaria.

2. El alumno ha suspendido la evaluación continua.

En este caso se conserva la nota de la evaluación parcial y final y el alumno debe presentar, el día correspondiente al examen de la convocatoria extraordinaria, el trabajo que los profesores le especifiquen. Se mantienen los pesos de la evaluación continua y la evaluación parcial y final como en la convocatoria ordinaria.

3. El alumno ha suspendido las dos partes de la asignatura.

En este caso el alumno deberá presentar el examen y el trabajo que los profesores le especifiquen, el día correspondiente a esta convocatoria. Se mantienen los pesos de la evaluación continua y la evaluación parcial y final como en la convocatoria ordinaria.

4. El alumno ha solicitado concurrir a la convocatoria extraordinaria teniendo una nota de 5 o superior en la convocatoria ordinaria. En este caso, la nota final de la asignatura será la correspondiente a esta convocatoria, pudiendo ser superior, igual o inferior (incluido el suspenso) a la nota de la convocatoria ordinaria. Además, si una vez solicitada la concurrencia al examen, no se presenta, constará un "No Presentado" y tendrá que volver a cursar la asignatura.

En esta evaluación el alumno deberá presentar el examen correspondiente a la evaluación parcial y final y el trabajo que los profesores le especifiquen, el día correspondiente a esta convocatoria. Se mantienen los pesos de la evaluación continua y la evaluación parcial y final como en la convocatoria ordinaria.

PLAGIO Y COPIA

En caso de plagio en la entrega de trabajos y otras irregularidades como copiar en los exámenes, se sancionará de acuerdo con la normativa.

El plagio consiste en “presentar el trabajo o las ideas de otra persona como propias, con o sin su consentimiento, al incluirlas en tu trabajo sin el debido reconocimiento. Esto se aplica a cualquier tipo de material—impreso, digital, inédito o generado por inteligencia artificial.” (University of Oxford, s.f.).

Para más información sobre formas específicas de plagio, como la copia literal, la paráfrasis sin cita, la colusión, la referencia inexacta y el autoplagio, consulta la guía sobre habilidades académicas de la Universidad de Oxford: https://www.ox.ac.uk/students/academic/guidance/skills/plagiarism.

Nota sobre el uso de IA: el contenido generado por inteligencia artificial no debe citarse como autor. En esos casos, deben citarse las fuentes originales en que se basa el contenido generado

por IA, no la herramienta de IA en sí. En caso contrario, el uso de texto generado por IA sin reconocimiento adecuado también se considera plagio.

Referencia

University of Oxford. (s. f.). *Plagiarism*. En *Academic Skills*. Recuperado el 10 de junio de 2025, de https://www.ox.ac.uk/students/academic/guidance/skills/plagiarism uefap.org

HORARIOS DE ATENCIÓN

Previa cita por correo electrónico con el profesor correspondiente:

Mari Carmen Erviti: mcerviti@unav.es

https://unika.unav.edu/permalink/34UNAV_INST/ho003h/alma991011927470508016BIBLIOGRAFÍA

Manual de la asignatura:

ERVITI ILUNDÁIN, M.C. (2022). Manual básico de Comunicación Corporativa, Pamplona, Eunsa. Localízalo en la Biblioteca

Otras referencias bibliográficas:

CUTLIP, SCOTT M., CENTER, ALLEN H. Y BROOM GLEN M. (2001). Relaciones públicas eficaces, Ediciones Gestión 2000, S.A. Barcelona. Localízalo en la Biblioteca

VILLAFAÑE, JUSTO (2016). Imagen positiva. Gestión estratégica de la imagen de las empresas, Ediciones Pirámide. Madrid. Localízalo en la Biblioteca

VILLAFAÑE, JUSTO (2013). La buena empresa. Propuesta para una teoría de la reputación corporativa, Pearson Educación. Madrid. Localízalo en la Biblioteca