Universidad de Navarra

Fundamentos de la Comunicación de Organizaciones (MCPC)

Guía docente 2026-27

PRESENTACIÓN

Breve descripción:a fundamentación que aporta esta materia permite valorar las consecuencias derivadas de la actividad propia del comunicador en la sociedad asumiendo su responsabilidad profesional. El alumno aprende a escribir, exponer y evaluar discursos aplicando los recursos retóricos necesarios para una comunicación eficaz. Finalmente, se hace especial hincapié en los principios deontológicos propios de la comunicación política y corporativa.

- **Titulación**: Máster Comunicación Política y Corporativa
- **Módulo/Materia:** Análisis y fundamentos del entorno / Fundamentos de la comunicación de organizaciones.
- **ECTS**: 3,5
- **Curso, semestre**: Anual
- **Carácter**: Obligatorio
- **Profesorado**: Gonzalo Alzueta, Inés García Paine, Fernando López Pan Beatriz Gómez Baceiredo
- **Idioma**: Español
- **Aula, Horario**: Edificio Alumni. Aula 7. Horario de tarde entre 15:00h-20:45h

RESULTADOS DE APRENDIZAJE (Competencias)

COMPETENCIAS
BÁSICAS Y GENERALES
CG1 - Conocer los fundamentos antropológicos, psicológicos, sociológicos, jurídicos y éticos de la comunicación institucional en sus distintas facetas.
CG4 - Asesorar a personas no expertas en comunicación pública.
CG7 - Realizar presentaciones eficaces, atendiendo a la diversidad de públicos.
CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación
CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios
CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades

CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

ESPECÍFICAS
CE1 - Conocer los fundamentos teóricos de la comunicación política y corporativa, atendiendo a diversas escuelas, teorías y métodos.
CE4 - Conocer en profundidad los criterios éticos y deontológicos propios de la comunicación institucional asumiendo la responsabilidad profesional que se deriva de una actividad con una importante influencia social.
CE8 - Aplicar el registro propio de la comunicación política, corporativa y asuntos públicos en la expresión escrita.
CE10 - Gestionar la marca de cualquier tipo de organización, empresa o partido político para influir en su imagen, sostenibilidad, notoriedad y reputación, aplicando técnicas y estrategias dirigidas a aumentar su valor, según las métricas y los parámetros vigentes.

PROGRAMA (La asignatura Fundamentos de la comunicación de organizaciones) se divide en 4 partes diferenciadas)

Programa parte 1: Principios de comunicación institucional

Profesor Gonzalo Alzueta

El programa de la asignatura consta de 6 sesiones:

SESIÓN 1 *(no es necesario que el alumno lea ningún material previo)*

Introducción: Comunicación institucional, definición y conceptos clave. **El valor estratégico de la comunicación para las instituciones.** Radiografía actual del sector.

SESIÓN 2. *Comunicación Corporativa*

El papel de la comunicación y del DIRCOM en la época actual.

Qué y cómo funciona un departamento de comunicación.

SESIÓN 3.

El proceso de la comunicación Institucional. Modelos y bases teóricas

SESIÓN 4.

Fundamentos desde la teoría:

Comunicación corporativa, identidad, imagen y reputación, publicidad institucional, publicidad para la controversia.

El proceso de la comunicación institucional.

SESIÓN 5.

Los retos de la profesión:

Gestión de los públicos, grupos de interés. Elaboración del mapa de *Stakeholders*.

SESIÓN 6.

Como generar confianza desde la comunicación. El propósito corporativo y el valor esencial de la comunicación como vector estratégico de las organizaciones.

Programa parte 2: Ética de la comunicación

Profesores Carlos Barrera, Yago Sánchez-Reig y Jordi Rodríguez Virgili

Lunes 26 de enero de 2026

SESIÓN 1. Conceptos básicos: ética, deontología, códigos (Carlos Barrera)

Material:

- Código Ético de Dircom (Asociación de Directivos de Comunicación): https://www.dircom.org/wp-content/uploads/2024/03/Codigo_Etico_Dircom_.pdf
- Código Ético de ADC (Asociación de Consultoras de Comunicación): https://www.asociacionadc.org/wp-content/uploads/2024/05/20240529_CodigoEticoADC.pdf
- Código de conducta de APRI (Asociación de Profesionales de las Relaciones Institucionales): https://relacionesinstitucionales.es/apri-asociacion-de-profesionales-de-relaciones-institucionales-2/codigo-de-conducta/
- Global Alliance for Public Relations and Communication Management (GA Code 2018**:** Global principles and code of ethics for professional public relations and communications practitioners): https://static1.squarespace.com/static/561d0274e4b0601b7c814ca9/t/5b7bfb00575d1f429a239b6e/1534851841972/2018-GA-new-code-of-ethics.pdf
- PRSA (Public Relations Society of America) Code of Ehtics: https://www.prsa.org/docs/default-source/about/ethics/prsa_code_of_ethics1ee4daa82781492ab1589370d0ec198b.pdf?sfvrsn=aa659309_2

SESIONES 2 Y 3. Estudio de caso 1 y 2 (Yago Sánchez-Reig)

Sin material previo

Martes 27 de enero de 2026

SESIÓN 4. Ética de la comunicación política (Jordi Rodríguez Virgili)

Material:

- Calleja, Ricardo y Rubio, Rafa (2016) Ética de la comunicación política. En Sánchez Medero, Rubén. *Comunicación política. Nuevas dinámicas y ciudadanía permanente*
- Código Ético de la Asociación de Comunicación Política - ACOP

SESIÓN 5. Discusión (Jordi Rodríguez Virgili)

Material: Ver previamente la película: “Brexit: The Uncivil War”

SESIÓN 6. Puesta en común. Reflexiones finales (Jordi Rodríguez Virgili)

Programa parte 3: Retórica discursos y debates

Universidad de Navarra

Profesor parte 3: Dr. D. Fernando López Pan

TEMA 1. LA RETÓRICA. Definición y orígenes

1.1. Definición

1.2. Un poco de historia

TEMA 2. *DISCURSOS. Ideas previas*

2.1. Sede-escenario

2.2. Objetivo

2.3. Orador (ethos)

2.4. Audiencia (pathos)

2.4.1. Distinciones conceptuales

TEMA 3. FASES del DISCURSO

3.1. *Inventio (cfr. Tema 4)*

3.2. Estructura (*dispositio*)

3.3. Uso del lenguaje (redacción/*elocutio*)

3.4. Pronunciación (actio) (Cfr. enlaces)

TEMA 4. *INVENTIO* (Lógicas) y DEBATES (ideas previas)

4.1. Argumentación. Nociones básicas

4.2. Puntos de partida de la argumentación

4.3. Tipos de argumentos lógicos

4.3.1. Deductivos

4.3.2. Inductivos

4.3.2. A. Ejemplo

4.3.2. B. Ilustración

4.3.2. C. Analogía

4.3.3. Argumentación por las causas

4.3.4. Argumento de autoridad

4.3.5. El uso de las nociones

4.3.6. Otras falacias

Epílogo. Debates. Ideas previas

Programa parte 4: Storytelling

Profesora parte 4: Dra. Dña. Beatriz Gómez Baceiredo

Sesión 1: La narrativa, clave para entender la sociedad

Sesión 2: Cómo funciona una historia

Sesión 3: El relato como herramienta de comunicación institucional

Sesión 4: Elementos de la narración: conflicto

Sesión 5: Elementos de la narración: personajes

ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Clases presenciales teóricas	40	100
Clases presenciales prácticas	20	100
Estudio personal	15,5	0
Evaluación	2	100
Presentación de trabajos	10	100

EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	**PONDERACIÓN MÍNIMA**	**PONDERACIÓN MÁXIMA**
Intervención en clases, seminarios y clases prácticas	30.0	80.0
Resolución de casos prácticos	10.0	30.0

Exámenes	10.0	70.0
Trabajos individuales y/o en equipo	20.0	70.0
Presentación oral de trabajos	10.0	40.0

Evaluación Gonzalo Alzueta:

Convocatoria ordinaria:

-Participación en clase: 30% de la nota final.

-Trabajo en Equipo*: 70% de la nota final.

Los alumnos desarrollarán un trabajo en equipo (se confirmará la configuración de los mismos el último día de sesiones,) para que el dispondrán de un plazo de 3 semanas, enfocado a definir la constitución de una Consultora de Comunicación, su propósito y valor diferencial de mercado.

La entrega se realizará vía correo electrónico en la fecha que se determine en clase en la dirección galzueta@external.unav.es

Convocatoria extraordinaria:

-Trabajo: 100% de la nota final.

El alumno deberá presentar un trabajo a modo de ensayo, de una extensión mínima de 8 folios y en un plazo máximo de dos semanas.

Evaluación Julio Somoano:

Discurso 40%

Debate 40%

Participación en clase 20%

Evaluación Beatriz Gómez Baceiredo:

-30% participación y ejercicios en clase

-70% trabajos: 10% búsqueda de campañas 20% ejercicio conflictos 40% historia (entrega 3 de diciembre)

HORARIOS DE ATENCIÓN

Horario de atención Profesor Gonzalo Alzueta:

El profesor Gonzalo Alzueta estará disponible para atender a los alumnos cita previa por mail: galzueta@external.unav.es **Por favor, escriban un mail antes de acudir para confirmar la cita de asesoramiento. Muchas gracias.**

Horario de atención Profesora Inés García Paine:

Horario de atención Profesor Fernando López Pan:

Concertar citas a través del correo electrónico: lopezpan@unav.es. La sesión será vía Google Meet con cita previa.

Horario de atención Profesora Beatriz Gómez Baceiredo:

Concertar citas a través del correo electrónico: bgomezb@unav.es. La sesión será vía Google Meet con cita previa.

BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS

Universidad de Navarra

Bibliografía y Recursos Profesor Gonzalo Alzueta:

Bibliografía obligatoria:

- Anne Gregory, Paul Willis, prólogo de Elena Gutierrez García, " Liderazgo estratégico y gestión de la comunicación" EUNSA, 2019. Localízalo en la Biblioteca (ebook)
- Enrique Carreras, Ángel Alloza y Ana Carreras, prólogo de Antonio López "Reputación Corporativa". Madrid : LID, 2013. Biblioteca Corporate Excelence. Localízalo en la Biblioteca
- Mora García de Lomas, J. M. (2015). *Cultivar la reputación con ayuda de la comunicación*, capítulo 5 en: Mora, J. M., Reputación de universidades. Navarra: Eunsa, pp. 65-77. (Documento disponible para el alumno al final de la asignatura en Adi).
- Argenti, Paul A. (2014) Comunicación estratégica : y su contribución a la reputación, Madrid : LID Localízalo en la Biblioteca

Bibliografía sugerida.

- ANDRADE, H. (1991): "Hacia una definición de la Comunicación Organizacional", en La Comunicación en las Organizaciones. México, Trillas.
- VILLAFAÑE, Justo (1999): Imagen Positiva. La gestión profesional de la imagen corporativa. Pirámide, Madrid.
- GUTIERREZ GARCÍA, ELENA, RODRIGUEZ VIRGILI, JORDI, (2014), El futuro de la comunicación. LID, Madrid
- Gómez Díez, Ricardo; López Lubián, Francisco J.; Mayo, Margarita [et al.] "Comunicación y estrategia: casos prácticos en gestión de la reputación", Madrid : Pearson Educación, 2017
- Peña Acuña, Beatriz; Batalla Navarro, Pablo 2016, "Dirección de comunicación y habilidades directivas", Dykinson
- Gutiérrez García, Elena (2013) "Tendencias emergentes en la comunicación de instituciones", Editorial UOC
- Carlos Rey, Miquel Bastons, Phill Sotok, "Purpose.driven organizaions". Cham, Switzerland : Palgrave Macmillan, [2019] XXI, 138 p. : 22 il. Language: English,
- Mora García de Lomas, J.M. (2009). 10 Ensayos de comunicación Institucional. EUNSA, 2009 ISBN:978-84-313-2618-0

Texto 1: Biografía y fragmentos de los "muckrakers" (documento de trabajo del profesor, disponible para el alumno en Adi).

Texto 2: Morse, Sherman (1906). "An Awakening in Wall Street", en *American Magazine*, Vol. LII, n. 5, pp. 457-463. (Documento disponible para el alumno en Adi).

Texto 3: Lee, Ivy (1925). *Publicity. Some of the Things It Is and Is not*. Industries Publishing Company: New York. (Documento disponible para el alumno en Adi).

Texto 6: fragmentos del libro: Bernays, E. (1928). *Propaganda*. Liveright: New York. (Documento disponible para el alumno en Adi).

Texto 8: modelos de Grunig (1984).

Enlaces al material de las clases:

La bibliografía obligatoria estará a disposición de los estudiantes en el área interna de contenidos de la web intranet del Aula virtual desde el 25 de agosto.

Otras referencias para entender el desarrollo de la profesión:

Universidad de Navarra

Texto 4: Lee, Ivy (1914). "*The Railroads and Human Nature*". Address. The American Railway Guild, May 19, 1914. (Documento disponible para el alumno al final de la asignatura en Adi, aunque no es lectura obligatoria).

Texto 5: *How we advertised America* (1920), by George Creel. (Documento disponible para el alumno al final de la asignatura en Adi, aunque no es lectura obligatoria).

Texto 7: *Words that won the war* (1939), by Mock & Larson. (Documento disponible para el alumno al final de la asignatura en Adi, aunque no es lectura obligatoria).

Texto 9: Mora García de Lomas, J. M. (2015). *Cultivar la reputación con ayuda de la comunicación*, capítulo 5 en: Mora, J. M., Reputación de universidades. Navarra: Eunsa, pp. 65-77. (Documento disponible para el alumno al final de la asignatura en Adi, aunque no es lectura obligatoria).

Botan, C. and Hazleton, V. (eds.) (2006). *Public Relations Theory II*. Lawrence Erlbaum Associates, New York.

Broom, G. and Sha, B.L. (2013). *Cutlip and Center's Effective Public Relations*. Pearson.

Grunig, J. and Hunt, T. (1984). *Managing Public Relations*. Harcourt Brace Jovanovich College Publishers, New Jersey.

Sotelo Enríquez, C. (2008). *Introducción a la Comunicación Institucional*. Ariel Comunicación, Barcelona.

Sriramesh, K. and Verçiç, D. (2019). *The Global Public Relations Handbook: Theory, Research, and Practice*. Routledge.

Bibliografía y Recursos Profesora Inés García Paine:

Bibliografía y Recursos Profesor Julio Somoano

BÁSICA

DETZ, J. (2015): Cómo escribir y pronunciar un discurso: guía práctica para lograr que cada palabra cuente. Barcelona: Alba. Localízalo en la biblioteca (Versión electrónica)

QINN, S. (2011): Debatiendo

SOMOANO, J. (2018): La vida es pacto. Madrid: Espasa.

WESTON, A. (1994): Las claves de la argumentación, Barcelona: Ariel.

RECOMENDADA

ARISTÓTELES (1998): Retórica, Madrid: Alianza.

LEITH, Sam (2012): ¿Me hablas a mí? La retórica de Aristóteles a Obama, Madrid: Taurus.

KJELDSEN, Jens E.; KIEWE, Amos, LUND, Marie y BARNHOLDT, Jette (2019): Speechwriting in Theory and Practice Palgrave Macmillan.

DISCURSOS QUE NUNCA CADUCAN

Antonio Muñoz Molina, octubre 2013, Recepción Premio Príncipe de Asturias

Martin Luther King - I Have A Dream Speech - August 28, 1963

Kennedy, Berlin Speech, 26 junio del 1963

Universidad de Navarra

Barack Obama – Yes, we can – noviembre 2008

Leonard Cohen, octubre 2011 Recepción Premio Príncipe de Asturias Beers & POLITICS (Repertorio de Discursos)

Bibliografía y Recursos Profesora Beatriz Gómez Baceiredo:

- Baricco, Alessandro (2019). *The Game*. Anagrama. Localízalo en la biblioteca
- Casado, Manuel (2012). *El castellano actual: usos y normas*. Eunsa. Localízalo en la biblioteca (Versión impresa)
- Gotham Writer's Workshop (ed) (2013): *Escribir ficción. Guía práctica de la famosa escuela de escritores de Nueva York.* Alba Localízalo en la biblioteca (Versión electrónica)
- Leith, Sam (2012). *¿Me hablas a mí? La retórica de Aristóteles a Obama*. Taurus Localízalo en la biblioteca
- Núñez López, Antonio (2007). *¡Será mejor que los cuentes! Los relatos como herramientas de comunicación*. Empresa activa. Localízalo en la biblioteca
- Reza, Yasmina (2008). *El alba la tarde o la noche*. Anagrama. Localízalo en la biblioteca
- Salmon, Christian (2008). *Storytelling la máquina de fabricar historias y formatear las mentes*. Península. Localízalo en la biblioteca
- Salmon, Christian (2019). *La era del enfrentamiento.* Península. Localízalo en la biblioteca
- VV.AA. (2015) *Narrar. El arte de contar historias* Prodigioso volcán.

http://www.smele.com/ArchivosColegios/NuevoELEAdmin/Archivos/Descargables/Colecci%C3%B3n%20G%C3%B3mez%20Torrego/134002_normativa%20FOLLETO%20VERSI%C3%93N%20GLOBAL.pdf

http://www.bbc.com/mundo/vert-cap-40959475

https://hbr.org/2014/10/why-your-brain-loves-good-storytelling

http://www.forbes.com/sites/patrickhanlon/2016/04/26/what-is-strategic-brand-narrative/#1f502dd264af

http://www.elmundo.es/espana/2017/09/23/59c557b3ca474191318b465d.html