1. DATOS BÁSICOS

Asignatura	**Comunicación Especializada**
Titulación	Máster Universitario en Dirección de Comunicación y Asuntos Públicos
Escuela/ Facultad	Facultad de Ciencias Económicas, Empresariales y de la Comunicación
Curso	1
ECTS	9 ECTS
Carácter	Obligatorio
Idioma/s	Castellano
Modalidad	Presencial
Semestre	Segundo semestre
Curso académico	2024/2025
Docente coordinador	Dr. Luis Izquierdo
Docentes	Dr. Luis Izquierdo, Prof. Mildred Laya, Prof. María Sánchez del Corral, Prof. David Morales, Prof. Marina Suárez Guanes, Dra. Patricia Camacho

2. PRESENTACIÓN

"Comunicación Especializada" aborda las particularidades y retos de la comunicación en sectores clave como las finanzas, la política, la salud, el consumo y la tecnología. Cada uno de estos ámbitos requiere estrategias específicas, el manejo de normativas propias y el conocimiento de emisores y públicos objetivos.

A través de este módulo, los estudiantes adquirirán herramientas para diseñar estrategias efectivas de comunicación financiera, gestionar la comunicación política con enfoque omnicanal y desarrollar planes que aborden la comunicación de riesgos y crisis en el ámbito de la salud. Además, explorarán técnicas para reposicionar marcas, gestionar patrocinios y trabajar con influencers, consolidando su capacidad para implementar estrategias de comunicación adaptadas a los desafíos y oportunidades de cada sector.

3. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Competencias básicas:

- **CB7** Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de studio.
- **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.

Competencias transversales:

- **CT1** Valores éticos: Capacidad para pensar y actuar según principios universales basados en el valor de la persona que se dirigen a su pleno desarrollo y que conlleva el compromiso con determinados valores sociales
- **CT4** Comunicación escrita / Comunicación oral: Capacidad para transmitir y recibir datos, ideas, opiniones y actitudes para lograr comprensión y acción, siendo oral la que se realiza mediante palabras y gestos y, escrita, mediante la escritura y/o los apoyos gráficos.
- **CT5** Análisis y resolución de problemas: Ser capaz de evaluar de forma crítica la información, descomponer situaciones complejas en sus partes constituyentes, reconocer patrones, y considerar otras alternativas, enfoques y perspectivas para encontrar soluciones óptimas y negociaciones eficientes.
- **CT9** Mentalidad global: Ser capaz de mostrar interés y comprender otros estándares y culturas, reconocer las propias predisposiciones y trabajar con efectividad en una comunidad global.

Competencias específicas:

- **CE01** Capacidad para identificar, saber llegar y establecer vínculos con los grupos de interés con capacidad de decisión en la sociedad y conocer sus estructuras y formas de actuación.
- **CE07** Conocimiento de las normas jurídicas básicas nacionales y europeas que afectan a la comunicación, publicidad y a la protección de datos.
- **CE10** Conocimiento avanzado de las RRSS en sus diferentes ámbitos y modelos.
- **CE11** Analizar y aplicar los códigos éticos de la comunicación.

Resultados de aprendizaje:

- **RA1** Conocer los emisores de la comunicación financiera, en qué consiste la comunicación financiera reglada y voluntaria y sus canales de comunicación.
- **RA2** Conocer los públicos objetivos en las operaciones financieras.
- **RA3** Conocer las normas que regulan la comunicación financiera.
- **RA4** Saber diseñar estrategias de comunicación con accionistas, inversores, auditores e intermediarios.
- **RA5** Conocer las distintas estrategias de comunicación, nuevas tecnologías y actores de la comunicación política.
- **RA6** Conocer las herramientas del marketing político y electoral.
- **RA7** Conocer las distintas especialidades de la comunicación científica.
- **RA8** Conocer las herramientas necesarias para poder llevar a cabo una comunicación de riesgos y gestión comunicativa de éxito de crisis de salud.
- **RA9** Conocer los distintos planes de comunicación omnicanal.
- **RA10** Conocer las estrategias necesarias para el reposicionamiento de marcas.
- **RA11** Conocer las claves y recursos para la captación, gestión y fidelización de patrocinios.
- **RA12** Adquirir las habilidades y estrategias necesarias para llevar a cabo una exitosa gestión de influencers.

En la tabla inferior se muestra la relación entre las competencias que se desarrollan en la asignatura y los resultados de aprendizaje que se persiguen:

Competencias	Resultados de aprendizaje
CB7 CB09 CB10	RA1 RA2 RA3 RA4 RA5 RA6 RA7 RA8 RA9 RA10 RA11
CT1 CT04 CT05 CT09	
CE01 CE07 CE10 CE11	

4. CONTENIDOS

- Comunicación financiera
- Comunicación política
- Comunicación de salud
- Comunicación de consumo y tecnología

5. METODOLOGÍAS DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

A continuación, se indican los tipos de metodologías de enseñanza-aprendizaje que se aplicarán:

- Método del caso.
- Aprendizaje cooperativo.
- Aprendizaje basado en proyectos.
- Clase magistral.
- Entornos de simulación

6. ACTIVIDADES FORMATIVAS

A continuación, se identifican los tipos de actividades formativas que se realizarán y la dedicación en horas del estudiante a cada una de ellas:

Modalidad presencial:

Actividad formativa	Número de horas
Lecciones Magistrales	75
Debates y coloquios	20
Análisis de casos	20
Exposiciones orales	20
Elaboración de informes y escritos	20
Tutoría	20
Trabajo autónomo	50
TOTAL	**225**

7. EVALUACIÓN

A continuación, se relacionan los sistemas de evaluación, así como su peso sobre la calificación total de la asignatura:

Modalidad presencial:

Sistema de evaluación	Peso
Prueba presencial de conocimiento	50%
Exposiciones orales	5%
Observación del Desempeño	5%
Caso/problema	15%
Participación en debates y foros	5%
Informes y escritos	20%

En el Campus Virtual, cuando accedas a la asignatura, podrás consultar en detalle las actividades de evaluación que debes realizar, así como las fechas de entrega y los procedimientos de evaluación de cada una de ellas.

7.1. Convocatoria ordinaria

Para superar la asignatura en convocatoria ordinaria deberás obtener una calificación mayor o igual que 5,0 sobre 10,0 en la calificación final (media ponderada) de la asignatura.

En todo caso, será necesario que obtengas una calificación mayor o igual que 5,0 en la prueba final, para que la misma pueda hacer media con el resto de las actividades.

7.2. Convocatoria extraordinaria

Para superar la asignatura en convocatoria ordinaria deberás obtener una calificación mayor o igual que 5,0 sobre 10,0 en la calificación final (media ponderada) de la asignatura.

En todo caso, será necesario que obtengas una calificación mayor o igual que 5,0 en la prueba final, para que la misma pueda hacer media con el resto de las actividades.

Se deben entregar las actividades no superadas en convocatoria ordinaria, tras haber recibido las correcciones correspondientes a las mismas por parte del docente, o bien aquellas que no fueron entregadas.

8. CRONOGRAMA

En este apartado se indica el cronograma con fechas de entrega de actividades evaluables de la asignatura:

Actividades evaluables	Fecha
Actividad 1 "Comunicación financiera I" Actividad 2 "Comunicación financiera II" Actividad 3 "Comunicación financiera III"	Semana del 5 de mayo de 2025
Prueba final de evaluación	14 de mayo 2025

Este cronograma podrá sufrir modificaciones por razones logísticas de las actividades. Cualquier modificación será notificada al estudiante en tiempo y forma.

9. BIBLIOGRAFÍA

A continuación, se indica la bibliografía recomendada:

1. Aguilar, J., & Martínez, A. (2020). Gestión de la comunicación en la era digital: Desafíos y estrategias para las organizaciones. Editorial UOC.
2. Ares, G., & Sainz, C. (2021). Comunicación corporativa en tiempos de crisis: Estrategias y mejores prácticas. McGraw-Hill.
3. Bartolomé, L., & Sánchez, M. (2022). Estrategias de comunicación interna en las organizaciones 4.0. Editorial EAE.
4. Chaves, L., & Hernández, D. (2021). Innovación y creatividad en la comunicación empresarial. Editorial ESIC.
5. De la Fuente, A., & Pérez, M. (2023). La comunicación organizacional: Teorías, modelos y enfoques prácticos. Ediciones Pirámide.
6. Domínguez, V., & García, M. (2020). La reputación corporativa en la comunicación organizacional. Comunicación Social Ediciones.
7. Ferrer, C., & López, P. (2022). El impacto de la comunicación digital en las relaciones públicas. Editorial Gestión 2000.
8. García, A. (2023). La responsabilidad social corporativa: Estrategias de comunicación y reputación. Editorial Springer.
9. González, P., & Muñoz, J. (2020). Comunicación y liderazgo en las organizaciones. Editorial Planeta.
10. Lafuente, I., & Rodríguez, T. (2021). Comunicaciones públicas y privadas en la transformación digital. Editorial ANAYA.

11. López, C., & Martín, E. (2022). La comunicación institucional en la nueva era digital. Editorial UOC.
12. Mártinez, C., & Herrera, F. (2023). La ética en la comunicación empresarial. Editorial Alianza.
13. Moya, M. (2021). Gestión estratégica de la comunicación corporativa en tiempos de incertidumbre. Ediciones Díaz de Santos.
14. Palomo, J., & Pérez, L. (2020). Comunicación organizacional: Casos de éxito en empresas globales. Ediciones Gestión 2000.
15. Rodríguez, F., & Vargas, M. (2021). La estrategia de comunicación en la gestión de la marca. Editorial McGraw-Hill.
16. Salazar, R., & González, T. (2022). Los nuevos paradigmas de la comunicación en las organizaciones. Editorial ESIC.
17. Silva, M., & Tello, A. (2023). La comunicación en organizaciones públicas y privadas: Nuevas perspectivas. Ediciones Tébar.
18. Sosa, B., & Vega, L. (2020). Reputación e imagen corporativa: Claves de una buena gestión. Editorial Fragua.
19. Torres, M., & Álvarez, P. (2021). Liderazgo y comunicación organizacional: Teoría y práctica. Editorial CEU.
20. Villafañe, J., & Gallego, R. (2022). La comunicación empresarial en la era post-covid: Desafíos y oportunidades. Editorial Pearson

10. UNIDAD DE ORIENTACIÓN EDUCATIVA, DIVERSIDAD E INCLUSIÓN

Desde la Unidad de Orientación Educativa y Diversidad (ODI) ofrecemos acompañamiento a nuestros estudiantes a lo largo de su vida universitaria para ayudarles a alcanzar sus logros académicos. Otros de los pilares de nuestra actuación son la inclusión del estudiante con necesidades específicas de apoyo educativo, la accesibilidad universal en los distintos campus de la universidad y la equiparación de oportunidades.

Desde esta Unidad se ofrece a los estudiantes:

1. Acompañamiento y seguimiento mediante la realización de asesorías y planes personalizados a estudiantes que necesitan mejorar su rendimiento académico.
2. En materia de atención a la diversidad, se realizan ajustes curriculares no significativos, es decir, a nivel de metodología y evaluación, en aquellos alumnos

con necesidades específicas de apoyo educativo persiguiendo con ello una equidad de oportunidades para todos los estudiantes.
3. Ofrecemos a los estudiantes diferentes recursos formativos extracurriculares para desarrollar diversas competencias que les enriquecerán en su desarrollo personal y profesional.
4. Orientación vocacional mediante la dotación de herramientas y asesorías a estudiantes con dudas vocacionales o que creen que se han equivocado en la elección de la titulación.

Los estudiantes que necesiten apoyo educativo pueden escribirnos a: orientacioneducativa@universidadeuropea.es

11. ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN

¡Tu opinión importa!

La Universidad Europea te anima a participar en las encuestas de satisfacción para detectar puntos fuertes y áreas de mejora sobre el profesorado, la titulación y el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Las encuestas estarán disponibles en el espacio de encuestas de tu campus virtual o a través de tu correo electrónico.

Tu valoración es necesaria para mejorar la calidad de la titulación.
Muchas gracias por tu participación.