

GUÍA DOCENTE 2025-2026

DATOS GENERALES DE LA ASIGNATURA

ASIGNATURA:	Diseño y gestión de proyectos de comunicación		
PLAN ESTUDIOS:	DE	Máster Universitario en Comunicación Corporativa	
FACULTAD:	Centro de Posgrado		
CARÁCTER ASIGNATURA:	DE	LA	Obligatoria
ECTS:	5		
CURSO:	Primero		
SEMESTRE:	Primero		
IDIOMA EN QUE SE IMPARTE:	Español		
PROFESORADO:	Msc. Hadit Pamela Brito Dr. Monica Gracia		
DIRECCIÓN ELECTRÓNICO:	DE	CORREO	hadit.brito@uneatlantico.es monica.gracia@uneatlantico.es

DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

REQUISITOS PREVIOS:
No aplica.
CONTENIDOS:
- Tema 1. Métodos y técnicas para la elaboración del proyecto de comunicación en la empresa. - Subtema 1.1. Determinación de los objetivos, público objetivo y mensajes - Subtema 1.2. Elaboración de las estrategias y acciones de comunicación - Subtema 1.3. Presupuesto, seguimiento y evaluación

- Tema 2. Ámbitos y competencias en los departamentos de Comunicación de la empresa.
 - Subtema 2.1. Comunicación organizacional
 - Subtema 2.2. Identidad e imagen corporativa
 - Subtema 2.3. Ámbitos de la comunicación
 - Subtema 2.4. Comunicación interna
 - Subtema 2.5. Comunicación externa
- Tema 3. Análisis de casos y experiencias nacionales e internacionales.
 - Subtema 3.1. Experiencias nacionales
 - Subtema 3.2. Experiencias internacionales
- Tema 4. Tendencias actuales en el diseño y planificación de proyectos.
 - Subtema 4.1. La nueva comunicación
 - Subtema 4.2. Comunicación 360°

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

RESULTADOS DE APRENDIZAJE:

RAK1- Demostrar y aplicar los procesos y prácticas de comunicación en ámbitos empresariales y corporativos que impliquen el diseño, dirección, planificación y evaluación de estrategias en proyectos de comunicación.

METODOLOGÍAS DOCENTES Y ACTIVIDADES FORMATIVAS

METODOLOGÍAS DOCENTES:

En esta asignatura se ponen en práctica diferentes metodologías docentes con el objetivo de que los alumnos puedan obtener los resultados de aprendizaje definidos anteriormente:

- Método expositivo
- Estudio y análisis de casos
- Resolución de ejercicios
- Aprendizaje cooperativo/ trabajo en grupos
- Trabajo autónomo

ACTIVIDADES FORMATIVAS:

A partir de las metodologías docentes especificadas anteriormente, en esta asignatura, el alumno participará en las siguientes actividades formativas:

Actividades formativas		Horas
Actividades supervisadas	Sesiones expositivas virtuales	10
	Actividades de foro	18.75
	Supervisión de actividades	3.75
	Tutorías (individual / en grupo)	10
Actividades autónomas	Preparación de las actividades de foro	18.75
	Estudio personal y lecturas	31.25
	Elaboración de trabajos (individual-en grupo)	25
	Realización de actividades de autoevaluación	3.75
Actividades de evaluación	Actividades de evaluación	3.75

El día del inicio del período lectivo de la asignatura, el profesor proporciona información detallada al respecto para que el alumno pueda organizarse.

SISTEMA DE EVALUACIÓN

CONVOCATORIA ORDINARIA:

En la convocatoria ordinaria de esta asignatura se aplican los siguientes instrumentos de evaluación:

Actividades de evaluación	Ponderación
Actividades de debate	20%
Trabajo	30%
Examen final	50%

Para más información consúltase [aquí](#).

CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA:

En la convocatoria extraordinaria de esta asignatura se aplican los siguientes instrumentos de evaluación:

Actividades de evaluación	Ponderación
Calificación obtenida en la actividad de debate de la convocatoria ordinaria	20%
Trabajo individual	30%
Examen final	50%

Para más información consúltese [aquí](#).

BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS DE REFERENCIA GENERALES

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:

Las siguientes referencias son de consulta obligatoria y están ordenadas por nivel de importancia:

- Baranda, C. (2015). La comunicación institucional, epicentro de la empresa. En Documentación de las Ciencias de la Información. Vol. 38.
<http://revistas.ucm.es/index.php/DCIN/article/view/50813/47160>
- Capriotti, P., Oliveira dos Santos, A. y Zeler, I. (2019). La Investigación de los públicos en los modelos de la planificación estratégica de comunicación. Sphera Publica. 2(19), 21-35.
- Contreras Pulido, P. (2022). *Elaboración de proyectos en comunicación*. Editorial Universitaria Ramón Areces.
- Eguizábal, R. (2019). *Diseño y producción de proyectos de comunicación publicitaria*. Síntesis.
- Herrera, M. (2020). *Gestión de proyectos de comunicación: Herramientas para el éxito*. Editorial Tecnos.
- Kerzner, H. (2022). *Project Management: A Systems Approach to Planning, Scheduling, and Controlling* (13th ed.). Wiley.
- Magro, H. (2016) *Diseño y gestión de proyectos en comunicación*. Material didáctico propio elaborado para el máster
- PMI. (2021). *A Guide to the Project Management Body of Knowledge (PMBOK Guide)* (7th ed.). Project Management Institute
- Tur-Viñes, V.; Monserrat-Gauchi, J. (2014) *El plan estratégico de comunicación*.
http://www.razonypalabra.org.mx/N/N88/Varia/46_VinesGauchi_V88.pdf
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7338249>
- Siles, I. (2021). *Proyectos de comunicación digital: Planificación, ejecución y evaluación*. Editorial UOC.

- Verzuh, E. (2021). *The Fast Forward MBA in Project Management* (6th ed.). Wiley.
- Westland, J. (2020). *The Project Management Life Cycle: A Complete Step-by-Step Methodology for Initiating, Planning, Executing, and Closing a Project Successfully* (3rd ed.). Kogan Page.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA:

Las siguientes referencias no se consideran de consulta obligatoria, pero su lectura es muy recomendable. Están ordenadas alfabéticamente

- Albaladejo, M. (2021). *Gestión de proyectos de comunicación social y política*. Editorial Gedisa.
- ADECEC (2015). *Guía storytelling y branded content*. Asociación de empresas consultoras en relaciones públicas y comunicación.
- Apolo, D. (2014). *Comunicación 360. Herramientas para la gestión de comunicación interna e identidad*. Facultad de Ciencias Sociales y Comunicación.
- Costa, J. (2001). *Imagen corporativa en el siglo XXI*. Buenos Aires: La Crujía.
- Cruz, J. (2020). *Proyectos y estrategias en comunicación digital*. Editorial UOC.
- DIRCOM. (2013). *Manual de la comunicación*. Asociación de Directivos de Comunicación.
- Fernández, J. (2022). *Metodología para el desarrollo de proyectos comunicacionales*. Tecnos.
- Fleming, Q. W., & Koppelman, J. M. (2020). *Earned Value Project Management* (5th ed.). Project Management Institute.
- García Ruiz, C. (2021). *Gestión de proyectos: Desde el análisis hasta el desarrollo*. McGraw-Hill.
- Garrido, F. J. (2008). *Comunicación de la estrategia: La efectividad está en la dirección*. Ediciones Deusto.
- Heldman, K. (2021). *Project Management JumpStart* (4th ed.). Wiley.
- Koster, K. (2019). *International Project Management* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Kotler, P. y Lane Keller, K. (2006). *Dirección de marketing*. Duodécima Edición, Pearson Educación.
- Larson, E. W., & Gray, C. F. (2021). *Project Management: The Managerial Process* (8th ed.). McGraw-Hill Education.
- López, D. (2018). *Innovación y gestión en proyectos de comunicación visual*. Editorial UOC.
- Lock, D. (2020). *Project Management* (11th ed.). Routledge.
- Martínez, J. (2019). *Gestión de proyectos de comunicación interna y externa*. Editorial CEF.

- Pinto, J. K. (2021). *Project Management: Achieving Competitive Advantage* (5th ed.). Pearson.
- Segars, A. H. (2007). Comunicación on-line efectiva en tiempos de crisis. *Revista Harvard Deusto Marketing & Ventas*.
- Tascón, M. y Pino, I. (2014). *Periodismo de marca y reputación corporativa*. Llorente y Cuenca.
- Torres, C. (2021). *Evaluación de proyectos comunicacionales: Indicadores de éxito*. Ediciones Pirámide.
- Uranga, W. y Bruno, D. (2001). *Planificación desde la comunicación*. Universidad de Buenos Aires.
- Vega, R. (2020). *Proyectos de comunicación y cultura en la era digital*. Editorial Paidós.
- Weaver, P. (2020). *Project Planning and Control Using Primavera P6*. Routledge.
- Wysocki, R. K. (2020). *Effective Project Management: Traditional, Agile, Extreme, Hybrid* (8th ed.). Wiley.

WEBS DE REFERENCIA:

- Fundacom: <https://fundacom.lat/>
- <https://ipma.world/>
- <https://todoproductividad.es/>

OTRAS FUENTES DE CONSULTA:

- Base de datos EBSCO – Acceso a través del campus virtual.