

GUÍA DOCENTE

DIRECCION DE COMUNICACION

GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

CURSO 2026-27

Fecha de publicación: 09-07-2026



I.-Identificación de la Asignatura	
Tipo	OBLIGATORIA
Período de impartición	2 curso, 2Q semestre
Nº de créditos	6
Idioma en el que se imparte	Castellano

II.-Presentación
Esta asignatura pretende que el alumnado se haga consciente de la importancia estratégica que alcanza la función de comunicación en las organizaciones, empresas y otras instituciones de carácter público y privado. La asignatura tiene por objeto general abordar la Dirección de Comunicación de las empresas y organizaciones. Entre sus objetivos específicos se analiza la comunicación realizada por las organizaciones con sus públicos, el funcionamiento y estructura de la comunicación en las empresas, así, como una aproximación a la planificación de la comunicación empresarial desde el diagnóstico. Se plantean conocer la importancia del Departamento de Comunicación, saber cuál es su funcionamiento dentro del marco de las actuales políticas de comunicación de las organizaciones, cómo se organiza y aprender sobre las funciones y capacidades del DIRCOM, además de conocer los conceptos fundamentales de la Dirección de Comunicación. Esta asignatura pretende que el alumno sea consciente de la importancia estratégica de los directores de comunicación en las organizaciones aportando conocimientos teóricos, herramientas y técnicas para ejercer desde el diagnóstico de la función de comunicación el posterior desarrollo de la Planificación Estratégica de Comunicación Global en cualquier institución. Dirección de Comunicación es la continuación de la asignatura de Fundamentos de las Relaciones Públicas impartida en el primer año de sus estudios y sirve de apoyo y complemento a las materias que se integran en el mismo módulo formativo "Relaciones Públicas": Planificación Estratégica de las Relaciones Públicas, Técnicas y Recursos de Relaciones Públicas, Procesos Periodísticos y Relaciones con los Medios, Gestión de la Comunicación, Cultura e Imagen de las empresas y Relaciones Públicas Especializadas. Sin menoscabo de los derechos y deberes de los estudiantes recogidos en el Estatuto del estudiante (RD 1791/2010), en los Estatutos de la URJC y en la Normativa interna de la URJC, el alumno debe atender a las siguientes aclaraciones: - ORTOGRAFÍA Y EXPRESIÓN.- En la calificación de las pruebas evaluables que requieran de un texto escrito se valorará, además de los contenidos, que los ejercicios se adecúen al estándar lingüístico exigible a los estudiantes universitarios, particularmente en lo referido a la ortografía y el nivel de expresión. - TRABAJOS UNIVERSITARIOS.- Deben ser originales, realizados íntegramente por el estudiante. Solo se pueden emplear fragmentos de otras fuentes cuando se encuentren citados adecuadamente. El uso de Inteligencia Artificial debe citarse correctamente en los trabajos o resolución de casos o problemas. Nunca podrá usarse la IA sustituyendo el trabajo del alumnado, y tendrá que indicarse el prompt utilizado. - TRABAJO Y CONSTANCIA: Es imprescindible el trabajo y dedicación individual diario durante el curso para comprender y asimilar esta asignatura, así como para obtener resultados óptimos.
II.B-Presentación en inglés



This course aims to make students aware of the strategic importance of the communication function in organisations, companies and other public and private institutions. The general aim of the course is to deal with the Communication Management of companies and organisations. Among its specific objectives, it analyses the communication carried out by organisations with their publics, the functioning and structure of communication in companies, as well as an approach to the planning of business communication from a diagnostic point of view. The aim is to learn about the importance of the Communication Department, how it works within the framework of the current communication policies of organisations, how it is organised and to learn about the functions and capacities of the DIRCOM, as well as the fundamental concepts of Communication Management. This subject aims to make the student aware of the strategic importance of communication managers in organisations, providing theoretical knowledge, tools and techniques to exercise from the diagnosis of the communication function to the subsequent development of the Strategic Planning of Global Communication in any institution. Communication Management is the continuation of the subject Fundamentals of Public Relations taught in the first year of their studies and serves as a support and complement to the subjects that are integrated in the same training module `Public Relations¿: Strategic Planning of Public Relations, Techniques and Resources of Public Relations, Journalistic Processes and Media Relations, Communication Management, Culture and Image of companies and Specialised Public Relations.

III.-Resultados de Aprendizaje

CG01. Capacidad analítico-crítica e interpretativa adquirida desde la reflexión y el estudio de la práctica publicitaria y de las relaciones públicas
CE20. Aplicar el respeto a los derechos humanos y demás valores democráticos en el ejercicio de su profesión, con especial énfasis en los derechos de igualdad entre hombres y mujeres.
CE21. Aplicar las principales herramientas conceptuales a la comprensión y análisis del sistema económico contemporáneo.

- Leyenda para las titulaciones no adaptadas al RD 822/21: **CB** - competencias básicas, **CG** - competencias generales, **CE** - competencias específicas, **CT** - competencias transversales.
- Leyenda para las titulaciones adaptadas al RD 822/21: **CON** - conocimientos, **COM** - competencias, **HAB** - habilidades.



IV.-Contenido

IV.A.-Temario de la asignatura

Bloque temático	Tema	Apartados
I. Conceptos fundamentales del diseño gráfico y la dirección de arte.	Tema 1. Dirección de arte.	Qué se entiende y cómo funciona la dirección de arte. La figura del director de arte. El equipo creativo. Otros perfiles profesionales (internos y externos) con los que se interactúa.
	Tema 2. Diseño gráfico.	Diseño gráfico y comunicación. El diseño gráfico como proceso: de la idea a la plasmación compositiva. Los requerimientos prácticos profesionales: resolución, margen de sangrado, operaciones editables o formatos de entrega, entre otros.
II. El mensaje implícito: idea, elementos y estructura.	Tema 3. El proceso creativo.	Fases y técnicas. De la abstracción a la representación. Herramientas y materiales de la comunicación persuasiva.
	Tema 4. Elementos básicos de la comunicación visual.	Punto, línea, contorno, dirección, tono, dimensión, color, escala, textura y movimiento.
III. Composición gráfica.	Tema 5. Los signos explícitos.	Signos lingüísticos, icónicos o figurativos y plásticos. Integración compositiva en aras de una comunicación eficaz.
	Tema 6. Percepción del mensaje y criterios compositivos	Mecanismos de la percepción visual. Estrategias compositivas: contraste, equilibrio o simetría, entre otras.

IV.B.-Actividades formativas

Tipo	Descripción
Otras actividades	Trabajos externos optativos (grupal e individual). Sin porcentaje representativo en la calificación. final.
Lecturas	Sobre creatividad y diseño publicitario. Orientadas a la aplicación coherente de las prácticas de laboratorio.
Prácticas	Primera prueba de laboratorio, referente a los ejercicios realizados hasta el momento.
Realización de pruebas	Primera prueba escrita (conceptos y análisis), de los temas expuestos hasta el momento.



Prácticas	Segunda prueba de laboratorio, cuya materia son todos los ejercicios prácticos vistos durante el curso.
Realización de pruebas	Segunda prueba escrita (conceptos y análisis), de los temas restantes.

V.-Tiempo de trabajo del alumnado (30h grado y 25h máster)

Clases teóricas	12
Clases de resolución de ejercicios, problemas, casos, etc.	16
Prácticas en laboratorios experimentales, tecnológicos, clínicos, campo, etc.	20
Realización de pruebas	12
Tutorías académicas	14
Actividades relacionadas: jornadas, seminarios, etc.	4
Preparación de clases teóricas	40
Preparación de prácticas/ejercicios/casos	40
Preparación de pruebas	22
Total de horas de trabajo del alumnado	180

VI.-Metodología y plan de trabajo

Tipo	Periodo	Contenido
Prácticas	Semana 1 a Semana 14	Sesiones en laboratorios. Experimentación en el Laboratorio de informática con diferentes recursos y con la unidad didáctica disponible a través de Aula Virtual. Los estudiantes resolverán los ejercicios de problemas y casos prácticos fuera del horario lectivo, y los entregarán mediante la función "Tarea" del Aula Virtual. Los ejercicios serán revisados y comentados en clases presenciales en el aula.
Resolución de ejercicios, problemas, casos	Semana 1 a Semana 14	Resolución de casos.
Pruebas	Semana 1 a Semana 14	Demostración de conocimientos adquiridos, capacidad analítica y ejecución de prácticas. Las pruebas prácticas se realizará en las aulas de informática con los diferentes recursos disponibles.



Otras actividades	Semana 1 a Semana 14	Las actividades complementarias fuera del aula se programarán en función de los intereses y disponibilidad del grupo, así como de la agenda de eventos (presenciales o en remoto) durante el semestre.
Clases Teóricas	Semana 1 a Semana 14	Sesiones en el aula. Clase magistral y metodologías participativas: gamificación, resolución de casos, actividades grupales y ensayos.



VII.-Método de evaluación

El modelo de evaluación general es la evaluación continua, tal como establece el Reglamento de evaluación de los resultados de aprendizaje de la Universidad Rey Juan Carlos.

Deberán utilizarse todos los sistemas de evaluación establecidos para la asignatura en la memoria de la titulación, excepto aquellos que tuviesen una ponderación mínima del 0%, que podrán utilizarse en los cursos académicos en los que el profesorado lo considere oportuno. Cada uno de los sistemas de evaluación podrá ser aplicado mediante una o más actividades de evaluación, coherentes con ese sistema. Ninguna de las actividades de evaluación podrá superar individualmente el 60% de la calificación global de la asignatura.

La suma de las actividades de evaluación no revaluables no podrá superar el 40% de la calificación global de la asignatura y, en general, no deberían tener nota mínima (salvo en el caso de actividades de carácter práctico en las que, estrictamente, no pudieran reproducirse en la convocatoria extraordinaria las condiciones de evaluación de la convocatoria ordinaria).

El alumnado que no consiga superar la asignatura en la convocatoria ordinaria, o no se hayan presentado, podrán presentarse a la convocatoria extraordinaria únicamente a las actividades de evaluación revaluables no superadas.

El uso de herramientas basadas en inteligencia artificial está prohibido en cualquier ejercicio y prueba de evaluación de la asignatura salvo que el profesor lo indique de forma explícita en el enunciado o en el material de esta. En caso de que esté permitido, se darán indicaciones precisas de qué usos están permitidos y cuáles no.

La distribución y características de las actividades de evaluación son las que se describen a continuación.

VII.A.- Descripción de las actividades de evaluación y su ponderación

Sin menoscabo de los derechos y deberes de los estudiantes recogidos en el Estatuto del estudiante (RD 1791/2010), en los Estatutos de la URJC y en su Normativa interna, el alumno debe atender a las siguientes aclaraciones:

- **ORTOGRAFÍA Y EXPRESIÓN.**- La calificación de pruebas escritas incluye aspectos como la ortografía y expresión universitaria. Cada profesor determinará los criterios de corrección.

- **TRABAJOS UNIVERSITARIOS.**- Deben ser originales. Cuando se emplean fragmentos ajenos estarán citados. Su uso no puede ser indiscriminado. El profesor podrá orientarte al respecto y determinará los criterios de corrección. Recuerda: el plagio, que debe demostrarse, es un delito. -

- **REQUISITOS DE REVALUACIÓN.**- El estudiante sólo puede reevaluar pruebas a las no que se haya presentado durante la evaluación continua o no haya alcanzado la nota mínima; la calificación de la reevaluación podría ser menor que la previa. La media de los ejercicios de cada Sistema de Evaluación (SE) tiene definida la nota mínima de 3 para el conjunto de los dos ejercicios que conforman cada SE: SE1 (AE1.1 y AE1.2) y SE4 (AE4.1 y AE4.2). Durante el curso, cada actividad de evaluación tiene una duración definida. Si el estudiante debiera reevaluar las dos pruebas del mismo sistema de evaluación (teoría y/o práctica) el tiempo no se duplica en la convocatoria extraordinaria. Si el estudiante obtuviese en todas las actividades la nota mínima definida, pero no lograra la calificación global de 5, necesaria para obtener el aprobado, podrá reevaluar cualquiera de las actividades.

- **CALENDARIO DE EVALUACIÓN.**- La actual normativa exige emplear el periodo ordinario para la evaluación de alguno de los porcentajes de la asignatura. La Guía Docente orientará sobre las fechas de las pruebas si bien las fechas definitivas de los periodos ordinario/extraordinario las establecerá la universidad.

Las pruebas de evaluación serán las siguientes:

SISTEMAS DE EVALUACIÓN	ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN							
	Actividad	Carácter	Modalidad	Tipo	Nota mínima	Ponderación	Periodo	Contenido
SE 4	Prácticas de laboratorio	Individual	Presencial	Revaluable	3	50%	En mitad y en la última sesión del curso.	Ejercicios de laboratorio.
	AE 4.1 Primera práctica en laboratorio	Individual	Presencial	Revaluable	NO	20%	Semana 8 o 9 (según el desarrollo del curso).	Primera prueba práctica. Evaluación técnica de operaciones vistas hasta el momento.
	AE 4.2 Segunda práctica en laboratorio	Individual	Presencial	Revaluable	NO	30%	Semana 14 (última semana de clase ordinaria)	Segunda prueba práctica. Evaluación técnica de todas las operaciones prácticas enseñadas.

SE 1	Pruebas escritas de conocimientos y/o competencias teórico-prácticas	Individual	Presencial	Revaluable	3	50%	En mitad y en la última sesión del curso.	Pruebas teóricas de preguntas cortas escritas y análisis de composiciones.
	AE 1.1 Primera Prueba escrita de conocimientos y/o competencias teórico-prácticas	Individual	Presencial	Revaluable	NO	25%	Semana 8 o 9 (según el desarrollo del curso).	Primera prueba teórica. Temas explicados hasta ese momento.
	AE 1.2 Primera Prueba escrita de conocimientos y/o competencias teórico-prácticas	Individual	Presencial	Revaluable	NO	25%	A partir de la semana 15 (fecha oficial)	Segunda prueba teórica. Segunda parte del temario impartido.

En la convocatoria adelantada se aplicará el mismo método de evaluación que en la convocatoria extraordinaria.

VII.B.- Evaluación del alumnado con dispensa académica de asistencia a clase

La concesión de Dispensa Académica de Asistencia a Clase (DAAC) no implica que se quede automáticamente eximido de participar en las actividades de evaluación continua ni en las actividades formativas presenciales de asistencia obligatoria establecidas en la guía docente. Una vez concedida la dispensa, el alumnado deberá contactar con el docente, que podría proponerle las adaptaciones que considere convenientes, siempre que garanticen la adquisición y adecuada evaluación de los resultados de aprendizaje previstos. El alumnado deberá mantener a lo largo de curso una comunicación fluida con el docente para que este le proporcione información sobre las fechas en que se realizarán esas actividades formativas y de evaluación, en caso de que su programación no estuviese ya fijada y a disposición del alumnado en el momento de la concesión de la dispensa.

Asignatura con posibilidad de dispensa: Sí

VII.C.- Revisión y reclamación de las actividades de evaluación

Se realizará conforme al Reglamento de evaluación de los resultados de aprendizaje de la Universidad Rey Juan Carlos.

VII.D.- Alumnado con discapacidad o necesidades educativas especiales

Con el fin de garantizar la igualdad de oportunidades, la no discriminación, la accesibilidad universal y la mayor garantía de éxito académico, las adaptaciones curriculares para alumnado con discapacidad o con necesidades educativas especiales serán pautadas por la Unidad de Atención a Personas con Discapacidad, de acuerdo con la normativa que regula el servicio de Atención a Estudiantes con Discapacidad, aprobada por Consejo de Gobierno de la Universidad Rey Juan Carlos. Para que esas adaptaciones puedan realizarse, será requisito la emisión de un informe de adaptaciones curriculares por parte de dicha Unidad, por lo que el alumnado con discapacidad o necesidades educativas especiales deberán contactar con este servicio para analizar conjuntamente las distintas opciones.



VII.E.- Conducta académica, integridad y honestidad académica

La Universidad Rey Juan Carlos está plenamente comprometida con los más altos estándares de integridad y honestidad académica, por lo que estudiar en la URJC supone asumir y suscribir los valores de integridad y la honestidad académica recogidos en el Código Ético de la Universidad.

Para acompañar este proceso, la Universidad dispone de la Normativa de Convivencia de la Universidad Rey Juan Carlos y de diferentes herramientas (antiplagio, supervisión) que ofrecen una garantía colectiva para el completo desarrollo de estos valores esenciales.

Las herramientas basadas en inteligencia artificial pueden mejorar la experiencia de aprendizaje, pero debe utilizarse de forma ética, legal, honesta y transparente. Por este motivo, deben seguirse las recomendaciones de uso adecuado indicadas por los docentes de la asignatura.

VIII.-Recursos y materiales didácticos

Bibliografía básica

Título. Introducción a la teoría de la imagen. Autor. Justo Villafañe. Editorial. Pirámide.

Título. Diseño gráfico publicitario. Autores. Manuel Montes y Ricardo Vizcaíno-Laorga. Editorial. OMM.

Material accesible y de descarga gratuita en: https://www.researchgate.net/publication/302908812_Disenio_grafico_publicitario

Título. La sintaxis de la imagen. Introducción al alfabeto visual. Autor. Donis A. Dondis. Editorial. Ediciones CPG.

Bibliografía complementaria

Título. Dirección de arte. Publicidad. Autor. N. Mahon. Editorial. GG (Gustavo Gili).

Título. Diseño y comunicación visual. Contribución a una metodología proyectual. Autor. Bruno Munari. Editorial. GG (Gustavo Gili).

Principales asociaciones del sector de la publicidad, el marketing y la comunicación:
<https://www.elpublicista.es/enlaces/asociaciones>

Adweek.com (noticias sobre el mundo publicitario): www.adweek.com/adweek/index.jsp

Festival Iberoamericano de la Comunicación Publicitaria: <http://elsolfestival.com>

Título. Diccionario visual de preimpresión y producción. Autor. G. Ambrose / P. Harris. Editorial. Index Book.

Título. Diccionario visual de tipografía. Autor. G. Ambrose / P. Harris. Editorial. Index Book.

Título. Producción de proyectos gráficos. Autor. Rafael Pozo. Editorial. Gustavo Gili.

Psicología del color: Cómo actúan los colores sobre los sentimientos y la razón. Autora: Eva Heller. Barcelona, Gustavo Gili.

Past. Present. Future. Malofiej 1993-2017. 25 Years of Information Graphics. Autor: SNDE. ISBN: 9788431331917

Título. Revista VISUAL www.visual.gi

Título. Revista PRINT www.printmag.com

Título. Arte ¿ ? Diseño. Nuevos capítulos para una polémica que viene de lejos. Autora. Anna Calvera. Editorial. GG (Gustavo Gili).

Título. Ejercicios de diseño gráfico. Autor. C. Knight / J. Glasser. Editorial. Gustavo Gili.

Título. C de C. Anuario español de creatividad. Autor. Club de creativos (Madrid).

Título. Diseño gráfico publicitario. Autor. Daniel Tena Parera. Editorial Síntesis (Madrid)

Título. Publicidad de impacto. Autor. E. Minguet Cámara. Editorial. Monsa.

Título. Revista Communications Arts www.commarts.com

IX.-Profesorado

Nombre y apellidos	MANUEL JAVIER MONTES VOZMEDIANO
Correo electrónico	manueljavier.montes@urjc.es
Departamento	Periodismo y Comunicación Corporativa
Campus de impartición	Fuenlabrada, Madrid - Vicálvaro
Categoría	Titular de Universidad
Titulación académica	Doctor



Responsable de asignatura	No
Horario de tutorías	Para consultar las tutorías póngase en contacto con el/la profesor/a a través de correo electrónico
Nº de Quinquenios	4
Nº de Sexenios	2
Nº de Sexenios de transferencia	0
Nº de evaluaciones positivas Docencia	5
Nombre y apellidos	NOEMÍ CANDIL BLAS
Correo electrónico	noemi.candil@urjc.es
Departamento	Periodismo y Comunicación Corporativa
Campus de impartición	Fuenlabrada
Categoría	Profesor/a Asociado/a
Titulación académica	Doctor
Responsable de asignatura	No
Horario de tutorías	Para consultar las tutorías póngase en contacto con el/la profesor/a a través de correo electrónico
Nº de Quinquenios	0
Nº de Sexenios	0
Nº de Sexenios de transferencia	0
Nº de evaluaciones positivas Docencia	1
Nombre y apellidos	PEDRO DIEGO SOLÍS MONTERO
Correo electrónico	pedro.solis@urjc.es
Departamento	Periodismo y Comunicación Corporativa
Campus de impartición	Fuenlabrada
Categoría	Profesor/a Asociado/a
Responsable de asignatura	No
Horario de tutorías	Para consultar las tutorías póngase en contacto con el/la profesor/a a través de correo electrónico
Nº de Quinquenios	1



Nº de Sexenios	0
Nº de Sexenios de transferencia	0
Nº de evaluaciones positivas Docencia	0