

GUÍA DOCENTE

COMUNICACION EMPRESARIAL

**GRADO EN CIENCIA, GESTIÓN E INGENIERÍA DE
SERVICIOS (SEMIPRESENCIAL)**

CURSO 2025-26

Fecha de publicación: 09-07-2025



 **Q2803011B UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS**
Fecha firma: 13/06/2026 14:07 | Hash: df7e1eaa23d413dc57df011f8336116.

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

II.-Presentación
<p>En el mundo contemporáneo, las empresas viven inmersas en un universo de comunicación que es, al menos, tan importante para el cumplimiento de sus fines, como todo el resto de elementos que la relacionan con el entorno económico. Una empresa es una marca, un emisor de mensajes que tiene que atraer a sus clientes, motivar a sus trabajadores, rendir cuentas a sus financiadores y buscar nuevos inversores, y nada de eso puede hacerse bien si descuida el factor comunicacional de su actividad.</p> <p>La asignatura pretende enseñar los conceptos fundamentales de la comunicación, las habilidades y tecnologías básicas que se precisan para desarrollar una estrategia de comunicación hacia dentro y hacia afuera, y enseñar a compatibilizar esas actividades con el buen fin de la actividad industrial, empresarial y mercantil y, en particular, entrenar en las técnicas necesarias para diseñar estrategias y planes de comunicación mediante la valoración y el uso selectivo de los medios de comunicación adecuados.</p>

III.-Resultados de Aprendizaje

Q2803011B UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS
Fecha firma: 13/06/2026 14:07 | Hash: df7e1eaa23d413dc57df011f8336116.



CG4. Conocer y aplicar los fundamentos económico-empresariales al ámbito de los servicios.
CG5. Conocer y aplicar principios psico-sociales en el ámbito de servicios.
CT1. Capacidad de análisis y síntesis.
CT12. Capacidad para valorar el impacto social y medioambiental de las soluciones aportadas.
CT15. Habilidades para utilizar aplicaciones informáticas (ofimáticas, bases de datos, cálculo avanzado, gestión de proyectos, visualización, etc.) como elementos básicos de desarrollo, gestión y explotación de servicios.
CT2. Capacidad para coordinar y motivar a grupos de trabajo. Capacidad de Liderazgo. Capacidad de trabajo en equipo. Capacidad para la gestión de recursos humanos.
CT3. Capacidad para organizar los recursos y procesos en diferentes niveles de una empresa y establecer objetivos.
CT4. Dominio de la comunicación oral y escrita. Capacidad para provocar la retroalimentación. Capacidad para aplicar técnicas de negociación.
CT5. Capacidad de gestionar su tiempo: organización de tareas de forma eficiente.
CT6. Compromiso ético y deontológico.
CT7. Capacidad para la planificación y realización de entrevistas.
CT8. Capacidad para reunir, analizar e interpretar datos relevantes en el ámbito de los servicios y emitir juicios. Capacidad para identificar problemas y realizar propuestas de soluciones y toma de decisiones. Capacidad cualitativa y cuantitativa para analizar propuestas.
CT9. Capacidad para aprender nuevos conceptos y técnicas. Aprendizaje autodidacta y capacidad para poder continuar los estudios, nacionales o internacionales, de Máster o de Doctorado.
CE14. Capacidad para la dirección y gestión de proyectos, personas y equipos en el ámbito de los servicios.
CE21. Capacidad para aplicar técnicas de psicología individual y grupal. Capacidades de automotivación y autocontrol, dirigida a empatizar en la negociación en el ámbito profesional.

- 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

I. LA EMPRESA Y SU ENTORNO POLÍTICO Y SOCIAL.

1. Introducción histórica. La sociedad industrial.
2. La economía, las empresas y los mercados.
3. La empresa como institución: la creación de valor económico.
4. Escenarios políticos, plataformas mediáticas y dinámicas sociales.
5. La empresa como actor social: la responsabilidad social corporativa (RSC).
6. Entornos complejos. La adaptación continua de la empresa al entorno.
7. Prospectiva y análisis de escenarios y mercados. Análisis DAFO (SWOT).
8. Satisfacción de proveedores, trabajadores y clientes. Control de calidad.
9. Medios de comunicación. RRPP. Lobbies.

II. COMUNICACIÓN CORPORATIVA.

1. Fundamentos e historia de la comunicación.
2. La comunicación como tecnología social. Ingeniería del consentimiento.
3. La imagen corporativa. Creación de imágenes, deseos y escenarios de bienestar.
4. Imágenes emitidas y percepciones sociales. Neurociencia y publicidad.
5. Plan de comunicación. Estrategias: medios, mensajes, símbolos.
6. Comunicación de crisis. Riesgos reputacionales.
7. Comunicación internacional.
8. *Storytelling* y narrativas transmedia.

III. COMUNICACIÓN DIGITAL.

1. La sociedad digital. Redes de conocimiento. Internet.
2. El portal web corporativo. Comunicación interna. Intranets.
3. Nuevas estrategias de comunicación. Licencias abiertas.
4. Algoritmos y comunicación. Redes sociales. Viralidad.

IV.B.-Actividades formativas

Tipo	Descripción
Resolución de ejercicios, problemas, casos	Ejercicios de evaluación continua
Trabajos colectivos	Elaborar un plan de comunicación
Realización de pruebas	Prueba escrita



V.-Tiempo de trabajo del alumnado (30h grado y 25h máster)	
Clases teóricas (videoconferencias online)	36
Resolución prácticas de resolución de ejercicios, casos, etc online.	20
Prácticas en laboratorios experimentales, tecnológicos, clínicos, campo, etc.	0
Realización de pruebas	4
Tutorías académicas online	30
Actividades relacionadas: jornadas, seminarios, etc.	18
Lectura y comprensión de materiales	40
Preparación de prácticas/ejercicios/casos	20
Preparación de pruebas	12
Total de horas de trabajo del alumnado	180

VI.-Metodología y plan de trabajo		
Tipo	Periodo	Contenido
Clases Teóricas	Semana 1 a Semana 16	Videoconferencias y foro
Prácticas	Semana 1 a Semana 16	Resolución de ejercicios individuales
Trabajos colectivos	Semana 1 a Semana 16	Trabajo grupal (plan de comunicación)



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.

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

1. Evaluación.

Es obligatorio entregar todos los trabajos en tiempo y forma para poder aprobar la asignatura. La calificación final será la suma ponderada de todas las actividades propuestas.

- Actividades no reevaluables: la nota de la convocatoria ordinaria se conserva para la convocatoria extraordinaria. El alumno no deberá realizar de nuevo estas actividades.
- Actividades reevaluables: la nota de la convocatoria ordinaria no se conserva para la convocatoria extraordinaria. El alumno deberá realizar de nuevo estas actividades.

2. Convocatoria Ordinaria.

La calificación final será el promedio ponderado de las siguientes pruebas:

- Trabajo individual y/o grupal: 20%. (No reevaluable)
- Pruebas de evaluación continua: 30%. (Reevaluable)
- Examen final: 50%. (Reevaluable)

3. Convocatoria Extraordinaria.

La calificación final será la suma ponderada de las pruebas no reevaluables (20%) y de las pruebas reevaluables:

- Examen final: 80%.

4. Normas e integridad académica.

La falta de integridad académica (por ejemplo: copiar, plagiar, usar recursos indebidos/prohibidos en los exámenes) implicarán el suspenso en la asignatura.

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.

VIII.-Recursos y materiales didácticos
Bibliografía básica
<p>Adair, J. (1990). <i>Guía práctica para la comunicación empresarial</i>. Deusto, Madrid.</p> <p>Arroyo, L. y M. Yus (2007). <i>Los cien errores de la comunicación en las organizaciones</i>. ESIC Editorial.</p> <p>Bassat, L. (2018). <i>El libro rojo de la publicidad</i>. Ed. Debolsillo.</p> <p>Jouvenel, B. de (1986). "Los intelectuales europeos y el capitalismo", en <i>Lecturas de economía política</i> / coord. por Jesús Huerta De Soto, Vol. 2, 1986, págs. 109-126</p> <p>Gherab Martín, K. y J. L. González Quirós (2016). <i>Culturas digitales, cultura impresa. Argumentos, malentendidos y disputas</i>. Shedas, Madrid.</p> <p>González Quirós, J. L. (2003). <i>Repensar la cultura</i>. Eiunsa, Madrid</p> <p>González Quirós, J. L. (2014). <i>La ética y el mundo común. Ética, opinión y mercado</i>. Noesis, Madrid.</p> <p>Jenkins, H. (2015). <i>Cultura transmedia</i>. Ed. Gedisa.</p> <p>Lindstrom, M. (2008). <i>Buyology: verdades y mentiras de por qué compramos</i>. Ed. Gestión 2000.</p> <p>Lindstrom, M. (2011). <i>Brandwashed: tricks companies use to manipulate our minds and persuade us to buy</i>. Ed. Currency.</p> <p>Mayer-Schönberger, V. y K. Cukier (2013). <i>Big data: la revolución de los datos masivos</i>. Ed. Turner.</p> <p>Pérez, R. A. (2001). <i>Estrategias de Comunicación</i>. Ariel Comunicación, Barcelona.</p>
Bibliografía complementaria

IX.-Profesorado	
Nombre y apellidos	KARIM JAVIER GHERAB MARTÍN
Correo electrónico	karim.martin@urjc.es
Departamento	Artes y Humanidades
Campus de impartición	Madrid - Vicálvaro
Categoría	Titular de Universidad
Titulación académica	Doctor
Responsable de asignatura	Si
Horario de tutorías	Para consultar las tutorías póngase en contacto con el/la profesor/a a través de correo electrónico
Nº de Quinquenios	2
Nº de Sexenios	2
Nº de Sexenios de transferencia	0
Nº de evaluaciones positivas Docencia	2

