

GUÍA DOCENTE

ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y ORGANIZACIONAL

MÁSTER U. EN COMUNICACIÓN INTERCULTURAL Y EMPRES. CHINA Y EUROPA

CURSO 2026-27

Fecha de publicación: 27-06-2026

I.-Identificación de la Asignatura	
Tipo	OBLIGATORIA
Período de impartición	1 curso, 1S semestre
Nº de créditos	3
Idioma en el que se imparte	Castellano

II.-Presentación
La asignatura Estrategias de Comunicación Empresarial y Organizacional está diseñada para estudiantes recién graduados, licenciados o profesionales con experiencia inicial que deseen especializarse en la gestión de la comunicación empresarial y organizacional, con un enfoque intercultural centrado en las relaciones entre China y Europa. El objetivo principal es dotar al alumnado de las herramientas teóricas y prácticas necesarias para definir, analizar y aplicar estrategias de comunicación en contextos empresariales donde la diversidad cultural es un factor determinante. La comunicación estratégica, lejos de ser un concepto moderno, ha sido clave a lo largo de la historia en el éxito de las organizaciones, evolucionando para adaptarse a los desafíos actuales de la globalización y la multiculturalidad. En el ámbito empresarial, la estrategia de comunicación es esencial para coordinar y alinear todos los elementos de la organización, tanto en situaciones de normalidad como de crisis. Esta perspectiva abarca no solo los aspectos mercantiles, sino también las relaciones humanas y laborales, fundamentales para una comunicación interna y externa efectiva. La asignatura incide especialmente en la importancia de la visión a largo plazo y la adaptación a entornos interculturales, donde la gestión de la diversidad y la comprensión de las diferencias culturales entre China y Europa resultan imprescindibles para el éxito profesional y organizacional. Los resultados de aprendizaje incluyen: - Conocer la teoría y la práctica de la comunicación empresarial y organizacional. - Desarrollar la capacidad de detectar, analizar y diseñar estrategias de comunicación adaptadas a contextos interculturales. - Analizar y elaborar planes de comunicación y de gestión de crisis. - Asesorar en estrategias de comunicación corporativa con perspectiva internacional. Estos resultados se alcanzarán mediante la combinación de contenidos teóricos actualizados, análisis de casos prácticos, talleres interactivos y la participación activa del alumnado, tal y como se detalla en los apartados siguientes. Esta revisión destaca el enfoque intercultural, la relevancia de China y Europa, y la importancia de la estrategia en la comunicación empresarial, cumpliendo con los estándares de claridad, síntesis y motivación para el estudiantado.
II.B-Presentación en inglés



The course Business and Organizational Communication Strategies is designed for recent graduates, degree holders, or early-career professionals who wish to specialize in the management of business and organizational communication, with a strong intercultural focus on relations between China and Europe. The main objective is to equip students with the theoretical and practical tools necessary to define, analyze, and apply communication strategies in business contexts where cultural diversity is a determining factor. Strategic communication, far from being a modern concept, has been key throughout history to the success of organizations, evolving to adapt to the current challenges of globalization and multiculturalism. In the business environment, communication strategy is essential for coordinating and aligning all organizational elements, both in normal and crisis situations. This perspective encompasses not only commercial aspects but also human and labor relations, which are fundamental for effective internal and external communication. The course places special emphasis on the importance of a long-term vision and adaptation to intercultural environments, where managing diversity and understanding cultural differences between China and Europe are essential for professional and organizational success. The learning outcomes include: Understanding the theory and practice of business and organizational communication. Developing the ability to identify, analyze, and design communication strategies adapted to intercultural contexts. Analyzing and developing communication and crisis management plans. Advising on corporate communication strategies with an international perspective. These outcomes will be achieved through a combination of up-to-date theoretical content, practical case studies, interactive workshops, and active student participation, as detailed in the following sections.

III.-Resultados de Aprendizaje



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

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 estudio

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 aplicación de sus conocimientos y juiciosresponsabilidades sociales y éticas vinculadas a la

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.

CG01. Conocer y usar los recursos comunicativos existentes en las organizaciones

CG02. Comunicar con empresas e instituciones en ámbitos interculturales

CG03. Capacitar para organizar, planificar y tomar decisiones en el ámbito de la comunicación intercultural y empresarial.

CG04. Dominar habilidades comunicativas en el ámbito de las relaciones interculturales y empresariales entre China y Europa.

CG05. Comunicar razonamientos, argumentos y conclusiones a públicos especializados y no especializados de un modo claro y funcional.

CG06. Aplicar los conocimientos adquiridos y la capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de ámbitos interdisciplinares relacionados con la comunicación intercultural y empresarial.

CG07. Integrar conocimientos y habilidades para adoptar juicios a partir de informaciones que incluyan reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas

CT01. Conocimiento y dominio del idioma español, tanto escrito como hablado.

CT02. Respeto a los derechos humanos y a principios éticos básicos.

CT03. Capacidad para investigar a partir de trabajo de campo, documentos y otras fuentes

CT04. Aplicar los conocimientos adquiridos a la práctica de las relaciones interculturales y empresariales entre China y Europa

CE01. Capacitar al alumno/a para analizar los mensajes de los medios de comunicación y su intencionalidad e identificar intereses en la creación de opinión mediante los consiguientes análisis de fuentes y contenidos.

CE02. Facilitar el reconocimiento de agentes, factores, condicionantes y otros aspectos en la toma de decisiones de comunicación cultural y empresarial.

CE03. Capacitar para reconocer, analizar y asesorar en estrategias de comunicación empresarial y organizacional, propias y de la competencia.

CE04. Conocer los grandes grupos mediáticos mundiales y los profesionales más influyentes, especialmente los que operan en China y Europa.

CE05. Conocer y familiarizar al estudiante con los grandes temas de actualidad en el mundo y las realidades interculturales, especialmente en China y Europa.

CE06. Concienciar sobre temas sociales y medioambientales, especialmente en todo lo relacionado con la Responsabilidad Social y la Responsabilidad Social Corporativa.

• 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 I: Aspectos generales

- Tema 1. Evolución de la comunicación en la empresa y en la organización. Análisis del cambio estructural y operativo en las organizaciones.. Transformaciones en la comunicación empresarial: de la información unidireccional a la gestión del conocimiento y la colaboración. Historia de la comunicación en empresas y organizaciones: desde los inicios hasta el siglo XXI, con especial atención a la adaptación tecnológica y cultural. Diferencias del concepto de estrategia entre China y Europa/Occidente: enfoques culturales, prioridades y modelos de gestión estratégica. Sistemas de comunicación en China vs Europa (ecosistemas mediáticos y digitales). Influencia del contexto político y regulatorio en la comunicación empresarial
- Tema 2. Planificación estratégica en entornos interculturales.. Formas de gestión estratégica de la comunicación: roles y funciones del Dircom, gestores de comunicación y community managers. Herramientas e instrumentos de comunicación estratégica: adaptación a contextos interculturales. Modelos occidentales vs enfoques chinos (relacional, largo plazo, guanxi). Casos prácticos de comunicación estratégica. Diferencias culturales entre China y Europa: implicaciones y adaptaciones necesarias para la comunicación empresarial y organizacional. Comunicación basada en datos (data-driven communication). IA y automatización en planificación estratégica

Bloque II: Comunicación corporativa

- Tema 3. Planificación estratégica intercultural integrada. stakeholder mapping en entornos interculturales. Gestión de reputación global. Comunicación multinivel (local–global–digital). ESG, sostenibilidad y riesgo reputacional
- Tema 4. La comunicación interna. Tipos de comunicación interna: vertical, horizontal, formal e informal.. Herramientas de gestión de la comunicación interna: plataformas digitales, reuniones, feedback y participación.. Casos prácticos de comunicación interna.
- Tema 5. La comunicación externa. Medios de comunicación tradicionales y digitales.. Relación de las empresas con los medios: gestión de la imagen, reputación y relaciones públicas.. Casos prácticos de comunicación externa.

Bloque III específico: Comunicación en crisis, gestión del cambio y diseño de imaginarios culturales

- Tema 6 Comunicación en contextos de crisis. Comunicación geopolítica y riesgo reputacional. Definición y tipología de crisis: Identificación de situaciones críticas, su impacto interno y externo, y la importancia de la comunicación estratégica para preservar la reputación y la confianza.. Elaboración y ejecución del plan de crisis: Pasos clave como la preparación de escenarios, la asignación de roles, la definición de mensajes clave y la monitorización de canales de comunicación. Transparencia, rapidez y coherencia: Principios fundamentales para una comunicación eficaz durante la crisis, evitando rumores y desinformación. Empatía y humildad: La importancia de asumir responsabilidad y comunicar con sensibilidad hacia los afectados, reforzando la credibilidad organizacional. Unidad de acción: Coordinación entre departamentos y portavoces para garantizar coherencia y consistencia en los mensajes. Crisis transnacionales (supply chain, reputación global, conflictos diplomáticos). Desinformación, fake news y gestión del rumor. Cultura y percepción de la crisis (culpa vs armonía; transparencia vs control narrativo).
- Tema 7 Gestión del cambio y resiliencia organizacional intercultural. Liderazgo intercultural en crisis. Employee advocacy en contextos globales. Cultura organizacional híbrida (China–Europa). Ejemplos de organizaciones que han utilizado la comunicación estratégica para liderar transformaciones exitosas tras una crisis
- Tema 8 Diseño de imaginarios culturales en situaciones de crisis. Imaginarios culturales y crisis: Impacto de las diferencias culturales en la percepción y gestión de crisis entre China y Europa. Construcción de narrativas compartidas: Cómo la comunicación puede crear y consolidar imaginarios colectivos que faciliten la comprensión y la cohesión en contextos multiculturales. Adaptación de mensajes y estrategias: Personalización de la comunicación según los valores, expectativas y códigos culturales de cada audiencia. Soft power y diplomacia corporativa. Storytelling intercultural. Construcción de legitimidad social en contextos globales. Ejemplos de diseño de imaginarios culturales: Análisis de casos en los que la comunicación ha contribuido a redefinir la identidad y la percepción de la organización en contextos de crisis.

IV.B.-Actividades formativas

Tipo	Descripción
------	-------------



Resolución de ejercicios, problemas, casos	Durante las sesiones presenciales los estudiante deben realizar los ejercicios propuestos y las practicas en grupo que se trabajen en esa sesión.
Presentaciones orales	Presentación-defensa de las soluciones trabajadas en las clases prácticas
Trabajos individuales	Realización de un portfolio que recoja las actividades realizadas durante el curso así como una reflexión metacognitiva.
Trabajos colectivos	En las sesiones presenciales y aplicando Aprendizaje Cooperativo
Realización de pruebas	Examen final de conceptos básicos y resolución de caso práctico.
Tutorías académicas	A petición del estudiante de manera individualiza para la resolución de dudas y/o problemas.
Lecturas	Se proporcionará un listado al inicio de curso para que los estudiantes se repartan las lecturas y las trabajen
Tutorías académicas	Microtutorias para el seguimiento de los portafolios y del trabajo en equipo. De manera presencial

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

Clases teóricas	12
Clases de resolución de ejercicios, problemas, casos, etc.	8
Prácticas en laboratorios experimentales, tecnológicos, clínicos, campo, etc.	0
Realización de pruebas	4
Tutorías académicas	4
Actividades relacionadas: jornadas, seminarios, etc.	2
Preparación de clases teóricas	23
Preparación de prácticas/ejercicios/casos	10
Preparación de pruebas	12
Total de horas de trabajo del alumnado	75

VI.-Metodología y plan de trabajo

Tipo	Periodo	Contenido
Tutorías académicas	Semana 1 a Semana 6	Resolución de dudas y/o problemas para el correcto seguimiento de la materia. Previa petición de cita
Tutorías académicas	Semana 1 a Semana 6	Microtutorías de seguimiento de los portafolios
Pruebas	Semana 6 a Semana 6	Examen a celebrar en convocatoria única según las fechas que propone la Universidad o la Dirección del Máster. Los ejercicios podrán tomar varias formas, ya sean de desarrollo, de preguntas cortas o tipo test.
Trabajos colectivos	Semana 1 a Semana 6	Presentación y discusión de los resultados de cada equipo sobre la práctica o el caso propuesto en cada una de las sesiones presenciales
Clases Teóricas	Semana 1 a Semana 6	Las primeras parte de las sesiones se dedicarán a explicar y resolver dudas sobre los aspectos teóricos que los estudiantes deben haber trabajado previamente



Metodologías activas o de innovación docente	Semana 1 a Semana 6	Proyecto de innovación Docente Multivoice con aplicación de la IAP en un caso práctico
Resolución de ejercicios, problemas, casos	Semana 1 a Semana 6	Durante las sesiones prácticas presenciales
Trabajos individuales	Semana 1 a Semana 6	Realización de un portfolio con todo lo trabajado en la asignatura además de las reflexiones metacognitivas

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

Evaluación ordinaria continua:

La distribución y características de las pruebas de evaluación son las que se describen a continuación. Solo en casos excepcionales y especialmente motivados, el profesor podrá incorporar adaptaciones en la Guía. Dichos cambios requerirán, previa consulta al Responsable de la Asignatura, la autorización previa y expresa del Coordinador de Grado, quien notificará al Vicerrectorado con competencias en materia de Ordenación Académica la modificación realizada. En todo caso, las modificaciones que se propongan deberán atender a lo establecido en la memoria verificada. Para que tales cambios sean efectivos, deberán ser debidamente comunicados a comienzo de curso a los estudiantes a través del Aula Virtual.

La suma de las actividades no reevaluables no podrá superar el 50% de la nota de la asignatura y, en general, no podrán tener nota mínima (salvo en el caso de las prácticas de laboratorio o prácticas clínicas, cuando este, debidamente justificado), evitando incorporar pruebas que superen el 60% de la ponderación de la asignatura.

Evaluación extraordinaria: Los estudiantes que no consigan superar la evaluación ordinaria, o no se hayan presentado, serán objeto de la realización de una evaluación extraordinaria para verificar la adquisición de las competencias establecidas en la guía, únicamente de las actividades de evaluación reevaluables.

Pruebas de Evaluación :

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

- Talleres de aplicación y análisis en clase: 10% NO REEVALUABLE
- Prácticas y resolución de problemas: 10% NO REEVALUABLE
- Proyecto de implementación Presentación y defensa de los proyectos: 30% NO REEVALUABLE
- Todo ello recopilado en un PORTAFOLIO final que deberá entregarse el mismo día que el examen teórico/práctico
- Examen teórico-práctico: 50% REEVALUABLE

Las actividades obligatorias evaluables se aplicaran en función del numero de alumnos en clase. El profesorado usara el criterio mas adecuado en cada caso, que comunicara a los alumnos en las primeras semanas del curso tanto para la convocatoria ordinaria como extraordinaria.

**** Para aprobar el curso es imprescindible aprobar el examen.** Cuando la nota del examen no alcance la suficiencia esa será la calificación final. Para aprobar es necesario, también, obtener una calificación mínima de 5 puntos sobre 10 en la suma de todos los criterios de la evaluación.

***** Solo los ejercicios no repetidos en la convocatoria extraordinaria contarán con la calificación de la convocatoria ordinaria en la suma de la nota final de la segunda convocatoria.**

Convocatoria ordinaria: las actividades de evaluación de la convocatoria ordinaria deberán realizarse tanto en el periodo lectivo como en el periodo final de evaluación ordinario establecido al termino de cada cuatrimestre. La calificación de NO PRESENTADO se reserva exclusivamente al estudiante que no haya realizado NINGUNA prueba. Las fechas de los periodos de evaluación ordinarios de cada uno de los cuatrimestres están recogidas en el Calendario Académico del curso. Durante el periodo lectivo podrán programarse actividades de evaluación y de recuperación de esas actividades. Esas recuperaciones también podrán realizarse en el periodo final de evaluación ordinario. En cualquier caso, las recuperaciones de las actividades de evaluación no superadas por el estudiante no serán sustitutivas de la revaluación en convocatoria extraordinaria de aquellas que sean reevaluables.

La calificación de NO PRESENTADO se reserva exclusivamente al estudiante que no haya realizado NINGUNA prueba. Las fechas de los periodos de evaluación ordinarios de cada uno de los cuatrimestres están recogidas en el Calendario Académico del curso. D

Convocatoria extraordinaria: las actividades de evaluación se realizaran durante el periodo de evaluación extraordinario establecido en el Calendario Académico del curso, y se utilizara para evaluar al estudiante solo de aquellas actividades de evaluación que sean reevaluables, de acuerdo con lo que se haya establecido en la guía docente de la asignatura. Es decir, la convocatoria extraordinaria deberá aplicarse solo a aquellas actividades de evaluación que el estudiante no haya superado o las que no se hubiese presentado en la convocatoria ordinaria, y que tengan la consideración de reevaluables.

La convocatoria extraordinaria no es sustitutiva de la evaluación continua. Es decir, el estudiante solo podrá ser revaluado de aquellas actividades que no haya superado en la convocatoria ordinaria (bien por haber suspendido, o bien por no haberse presentado). La evaluación en convocatoria extraordinaria deberá atenderse al método de evaluación detallado en la guía docente de la asignatura. Las actividades de evaluación en convocatoria extraordinaria deberán ser las mismas que fueron aplicadas en convocatoria ordinaria, u otras equivalentes que tengan el mismo nivel de exigencia y garanticen la evaluación de los mismos resultados de aprendizaje, para garantizar la igualdad de condiciones de todos los estudiantes matriculados en la asignatura. El profesorado les comunicara los detalles durante las primeras semanas del curso

Tanto la docencia como las pruebas y/o exámenes serán presenciales a menos que las condiciones sanitarias no lo permitan, arbitrando entonces los procedimientos de evaluación que cada situación precise.



Evaluación de alumnos con dispensa académica

Para que un alumno pueda optar a esta evaluación, tendrá que obtener la 'Dispensa Académica' para la asignatura, que habra solicitado al Decano/a o Director/a del Centro que imparte su titulación. La Dispensa Académica se podrá conceder siempre y cuando las peculiaridades propias de la asignatura lo permitan.

Revisión de las pruebas de evaluación

Conforme a la normativa de reclamación de exámenes de la Universidad Rey Juan Carlos.

Estudiantes con discapacidad o necesidades educativas especiales

Las adaptaciones curriculares para estudiantes con discapacidad o con necesidades educativas especiales, a fin de garantizar la igualdad de oportunidades, no discriminación, la accesibilidad universal y la mayor garantía de éxito académico serán pautadas por la Unidad de Atención a Personas con Discapacidad en virtud de la Normativa que regula el servicio de Atención a Estudiantes con Discapacidad, aprobada por Consejo de Gobierno de la Universidad Rey Juan Carlos. Sera requisito imprescindible para ello la emisión de un informe de adaptaciones curriculares por parte de dicha Unidad, por lo que los estudiantes con discapacidad o necesidades educativas especiales deberán contactar con ella, a fin de analizar conjuntamente las distintas alternativas.

Evaluación de estudiantes con dispensa académica de asistencia a clase

Para que un alumno pueda optar a esta evaluación, tendrá que obtener la 'Dispensa Académica de asistencia a clase' para la asignatura, que habrá solicitado al Decano/a o Director/a del Centro que imparte su titulación. La Dispensa Académica se podrá conceder siempre y cuando las peculiaridades propias de la asignatura lo permitan. Una vez que se haya notificado la concesión de la Dispensa Académica, el docente deberá informar al estudiante a través del Aula Virtual acerca del plan de evaluación establecido en cada caso.

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 (<https://www.urjc.es/codigoetico>). Para acompañar este proceso, la Universidad dispone de la Normativa sobre conducta académica de la Universidad Rey Juan Carlos (https://urjc.es/images/Universidad/Presentacion/normativa/Normativa_conducta_academica_URJC.pdf) y de diferentes herramientas (antiplagio, supervisión) que ofrecen una garantía colectiva para el completo desarrollo de estos valores esenciales.

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

Adamu, A. A., & Mohamad, B. (2019). Internal crisis communication: Exploring antecedents and consequences from a managerial perspective. *Frontiers in Communication*, 9,

Bedford, D.; Chalpin, I.; Dietz, K. y Phlypo, K. (2022). *Communicating knowledge*. Bingley, UK.: Emerald P.L.

Coll-Rubio, P. y Carbonell, J.M. (2022). *Growth Communication Strategies in the Digital Age*. American Behavioral Scientist.

Coombs, W. T. (2022). *Ongoing crisis communication: Planning, managing, and responding* (6th ed.). SAGE Publications.

Coombs, W. T., & Holladay, S. J. (2023). *Applied crisis communication and crisis management: Cases and exercises* (2nd ed.). SAGE Publications.

Cox, R.W. (2019). *Corporate power, Class conflict, and the crisis of the new globalization*. Lanham, Maryland: Lexington Books

Crandall, W.; Parnell, J. y Spillan, J. (2010). *Crisis management in the new strategy landscape*. California: SAGE

Crespo, I. (2017). La comunicación de crisis en la administración pública española: análisis de evidencia empírica. *Gestión y Análisis de Políticas Públicas*, (18), 110-134.

European Stability Mechanism & European University Institute. (2025). When every word matters: The importance of crisis communication. <https://www.esm.europa.eu/blog/when-every-word-matters-importance-crisis-communication>

Falkheimer, J. y Heide, M. (2022). *Strategic Communication: An Introduction to Theory and Global Practice*. New York: Routledge.

García Ponce, D., & Smolak-Lozano, E. (2013). Comunicación de crisis: compilación y revisión de teorías y taxonomías prácticas desde una perspectiva cualitativa. *Vivat Academia*, (124), 51-67.

Kerr-Stevens, J., & Fettes, S. (2025). The impact of communication on crisis management. Workshop, University of Aberdeen, Qatar.

Martínez, A. A. (2021). Comunicación de crisis en entornos digitales. *Más Poder Local*, (46).

Mazzei, A., & Ravazzani, S. (2022). Internal crisis communication: Strategies for building trust and resilience. *Corporate Communications: An International Journal*, 27(3), 492-510

Orth, D., & Schuldis, P. (2021). Organizational culture and crisis management: The role of trust and communication. *Management Review Quarterly*, 71, 473-509

Profesional de la información, 30(1),

Rojas-Orduña, O. I. (2003). La comunicación en momentos de crisis. *Comunicar*, 21, 79-83.

Sánchez González, M. (2018). *Gestión estratégica, innovación y prospectiva en comunicación*. Barcelona: UOC

Sun, W., Kim, S., & Kim, J. (2023). Internal crisis communication, employee commitment, and perceived organizational performance: The role of leadership effectiveness. *International Journal of Business Communication*, 60(3), 1234-1252.

Zurro-Antón, N., Moreno, M. Á., & Fuentes-Lara, M. C. (2021). Comunicación de crisis (2008-2018). Revisión de los principales avances de conocimiento empírico en gestión de comunicación.

Bibliografía complementaria

IX.-Profesorado

Nombre y apellidos	ANABELL FONDÓN LUDEÑA
Correo electrónico	anabell.fondon@urjc.es
Departamento	Ciencias de la Comunicación y Sociología
Campus de impartición	Fuenlabrada
Categoría	Profesor/a Permanente Laboral
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	1
Nº de Sexenios de transferencia	0
Nº de evaluaciones positivas Docencia	5

