



Formación de portavoces
y relaciones institucionales

**Grado en Publicidad y
Relaciones Públicas
2025-26**



GUÍA DOCENTE

Asignatura: Formación de portavoces y Relaciones Institucionales

Titulación: Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

Curso Académico: 2025-26

Carácter: Optativa

Idioma: Español

Modalidad: Presencial

Créditos: 6

Curso: 3º

Semestre: 1º

Profesores/Equipo Docente: Dr. D. Laura Martínez Otón

1. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

1.1. Competencias

- Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.
- Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.
- Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.
- Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.
- Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.
- Demostrar el correcto uso del lenguaje oral y escrito en la lengua española.
- Aplicar los conocimientos teóricos a la comprensión de la realidad y a la resolución de problemas específicos del área de conocimiento de las Ciencias Sociales, especialmente en el ámbito de la Comunicación.
- Transmitir información, problemas, ideas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado en el ámbito de la Comunicación.
- Demostrar la capacidad para trabajar en equipo, desarrollando las relaciones interpersonales, dentro de la elaboración de proyectos de comunicación.
- Aplicar un razonamiento crítico a partir del uso del análisis y la síntesis.
- Organizar eficazmente el tiempo en la elaboración de planes de comunicación.
- Demostrar una capacidad crítica y autocritica.
- Evaluar, tomar decisiones y planificar estrategias de comunicación.
- Resolver problemas que surgen en la construcción de mensajes y en el desarrollo de procesos comunicativos.

1.2. Resultados de aprendizaje

Entendimiento de los conceptos fundamentales relacionados con el conocimiento y las técnicas necesarias para el asesoramiento o realización de las funciones de un portavoz especialista en comunicación de cualquier organización, así como el estudio y la comprensión del protocolo y

relaciones institucionales en organismos públicos y privados a través de la superación de la prueba final, ordinaria y extraordinaria. Creación, diseño y desarrollo de eventos profesionales.

2. CONTENIDOS

2.1. Requisitos previos

Ninguno.

2.2. Breve descripción de los contenidos

Conocimiento y técnicas necesarias para el asesoramiento o realización d las funciones de un portavoz de cualquier organización, así como en el estudio y la comprensión del protocolo y relaciones institucionales en organismos públicos y privados.

2.3. Contenido detallado

Los objetivos de la asignatura son adquirir las habilidades necesarias para expresarse eficazmente, perder el miedo a hablar en público y ver cada exposición oral como una oportunidad para comunicar mejor el mensaje como portavoces. El contenido detallado abarca una serie de temas interrelacionados esenciales para el desarrollo de habilidades comunicativas, escritas y oratorias, incluyendo aspectos fundamentales para la formación de portavoces y la comprensión de las relaciones institucionales.

1. **Presentación de la asignatura:** Incluye la exposición de los objetivos principales del curso.
2. **Conceptos Fundamentales de Comunicación:**
 - Las habilidades sociales.
 - ¿Cómo mejorar la Comunicación?
 - Las cinco C de la Comunicación
 - El Proceso Comunicativo: Definiciones y modelos históricos; Funciones y Principios; Capacidades o Competencias para una comunicación eficaz; Diferencias contextuales entre el código oral y el escrito; Estilos de Comunicación; Barreras del proceso comunicativo.
3. **El Rol del Portavoz en la Comunicación Publicitaria**
 - Comprender la figura del portavoz como herramienta estratégica de comunicación. Tipologías de portavoz.
 - Analizar su papel en campañas, eventos y gestión de marca.
 - Portavoz vs. embajador de marca.
 - Casos de éxito y fracaso en portavocías publicitarias.
 - Ética y responsabilidad comunicativa.
4. **Formación de Portavoces y Relaciones Institucionales:**
 - Qué es un portavoz, características y funciones en la empresa e institución.
 - Comunicación de crisis y reputación de marca.
 - Gabinetes de comunicación y equipos de trabajo.
 - Desarrollo de un Plan Estratégico de Relaciones Institucionales.
5. **La portavocía en los medios escritos:**
 - Características del discurso escrito.
 - El Lenguaje.
 - Historia de la escritura.
 - Cómo mejorar las habilidades del lenguaje.
 - Reglas prácticas estilísticas.
 - La creación del texto escrito
6. **La Oratoria: el arte de Hablar en Público:**
 - Principios básicos de la oratoria y la retórica
 - Historia y autores clásicos.
 - Neorretórica y Oradores Contemporáneos.
 - El Orador y la palabra

- Características del lenguaje oral.
 - La Voz en la Oratoria: Ortofonía para portavoces
 - Vencer el Miedo Escénico
 - Improvisación para portavoces
 - Cómo abordar una rueda de prensa.
- 7. Comunicación No Verbal (CNV)**
- 8. La portavocía en los medios audiovisuales:**
- Cómo abordar una entrevista en radio, en televisión.
 - Las redes sociales como elementos de comunicación.
 - Los canutazos informativos.

2.4. Actividades dirigidas

Durante el curso se podrán desarrollar algunas de las actividades, prácticas, memorias o proyectos siguientes, u otras de objetivos o naturaleza similares:

Actividad Dirigida 1 (AD1): *De manera individual hacer una propuesta de portavocía para una empresa o institución.* El estudiante asumirá el rol de portavoz ante una situación de crisis simulada. Deberá analizar el contexto, diseñar un mensaje clave, redactar un guion de intervención oral. Se evaluará la claridad del mensaje, la estructura del discurso y la expresión oral. Esta actividad integra teoría y práctica en comunicación institucional y oratoria.

Actividad Dirigida 2 (AD2): De manera individual. El estudiante diseñará una estrategia completa de portavocía para una organización ante una situación real o simulada. Deberá definir objetivos, públicos, mensajes clave y canales (medios, redes, eventos). Entregará un plan escrito y una simulación de intervención en dos formatos: rueda de prensa y vídeo para redes sociales. Se evaluará la coherencia estratégica, la adaptación al canal y la calidad comunicativa.

2.5. Actividades formativas

CÓDIGO	ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PORCENTAJE DE PRESENCIALIDAD
AF1	Clases de teoría y práctica	45	100%
AF2	Trabajo personal del alumno	75	0%
AF3	Tutorías	15	50%
AF4	Evaluación	15	100%
		150	

3. SISTEMA DE EVALUACIÓN

3.1. Sistema de calificaciones

El sistema de calificaciones finales se expresará numéricamente (R.D. 1125/2003, de 5 de septiembre) del siguiente modo:

- 0 - 4,9. Suspenso (SS)
- 5,0 – 6,9 (AP)
- 7,0 – 8,9 (NT)
- 9,0 – 10 Sobresaliente (SB)

La mención de matrícula de honor podrá ser otorgada a los alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0.

3.2. Criterios de evaluación

Convocatoria Ordinaria

Sistema de Evaluación	Ponderación
SE1. Asistencia y participación	10%
SE2. Prueba parcial	15%
SE3. Actividades académicas dirigidas	25%
SE4. Prueba final presencial	50%

Convocatoria Extraordinaria

Sistema de Evaluación	Ponderación mínima
SE1. Asistencia y participación	10%
SE3. Actividades académicas dirigidas	25%
SE3. Prueba final presencial	65%

Para poder hacer media con las ponderaciones anteriores será necesario obtener al menos una calificación de 5 en la prueba final presencial.

3.3. Restricciones

Calificación mínima

Para poder hacer media con las ponderaciones anteriores es necesario obtener al menos una calificación de 5 en la prueba final. Asimismo, será potestad del profesor solicitar y evaluar de nuevo las actividades dirigidas si éstas no han sido entregadas en fecha, no han sido aprobadas o se desea mejorar la nota obtenida en convocatoria ordinaria.

Asistencia

El alumno que, injustificadamente, deje de asistir a más de un 25% de las clases presenciales podrá verse privado del derecho a examinarse en la convocatoria ordinaria.

Normas de escritura

Se prestará especial atención en los trabajos, prácticas, proyectos y exámenes tanto a la presentación como al contenido, cuidando los aspectos gramaticales o ortográficos. El no cumplimiento de los mínimos aceptables puede ocasionar que se resten puntos en dicho trabajo.

3.4. Advertencia sobre plagio

La Facultad de Ciencias de la Comunicación no tolerará en ningún caso el plagio o copia. Se considerará plagio la reproducción de párrafos a partir de textos de auditoría distinta a la del estudiante (Internet, libros, artículos, trabajos de compañeros...), cuando no se cite la fuente original de la que provienen. En caso de detectarse este tipo de prácticas la sanción consistirá en el suspenso de la asignatura en la convocatoria correspondiente.

4. BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía básica:

- o Alonso López, J. (2022). Discursos históricos. Madrid. Arzalia Ediciones.
- o Álvarez Sánchez, S. (2018). Aprendizaje colaborativo para las relaciones publicas: El análisis de marcos en la formación de portavoces.
- o Cassany, D. (1996). La cocina de la escritura. Barcelona. Anagrama

- o Davis, F. (2012) La comunicación no verbal. Madrid. Alianza
- ºDíaz de Santos. El libro de las habilidades de Comunicación. Madrid
- º ELEMENTO, U. PORTAVOCES EN ESPAÑA. MAX WEBER Y LAS CIENCIAS SOCIALES, 49.
- o Hofstadt R. y Van-der C.J. (2005).
- º Markina, I. C. (2017). *Formación de portavoces: cómo conseguir una comunicación efectiva ante los medios y otros públicos:* (ed.). Editorial UOC.
- o Roca Villanueva, E. (2015). Cómo mejorar tus habilidades sociales. Madrid. ACDE.
- o Verdeber, R.F. (2010). Comúnicate. México D.F.: Cengage Learning.

Bibliografía recomendada

- o Hernández, J.A. y García, M.C. (2004). El arte de hablar. Manual de retórica práctica y oratoria moderna. Barcelona: Ariel,
- o Bernard, J. (2014). Alto y claro. Madrid: LID ediciones.
- o Brehler, R. (1997). Prácticas de oratoria moderna. Madrid: El Drac.
- o Dueñas Sanz, B. (2011). De Cicerón a Obama. Oleiros (La Coruña): Netbiblo, D.L.
- o Cortés Rodríguez, L. (2012). Mejore su discurso oral. Almería: Universidad de Almería.
- o Lo Cascio, V. (1998). Gramática de la argumentación. Madrid: Alianza.
- o Cassany,D. (2012). En línea: Leer y escribir en la red. Madrid. Anagrama
- o Grijelmo, A. (2002) La seducción de las palabras. Madrid. Taurus.
- o Leggett, Brian O. C; Velilla Barquero, Ricardo. (2008) Persuasión: La clave del éxito en la comunicación para los negocios. Prentice Hall Financial Times.
- o López, R., Gordillo, F y Grau, M. (Coord.) (2016). Comportamiento no verbal. Más allá de la comunicación y el lenguaje. España. Madrid: Ediciones Pirámide
- o Morton, Simon (2016) El Laboratorio de las presentaciones. Barcelona. Deusto.
- º Vacas, A. A. (2012). *El portavoz en la comunicación de las organizaciones: fundamentos teórico-prácticos.* Universidad de Alicante.

5. DATOS DEL PROFESOR

Nombre y Apellidos	Dra. Dña. Laura Martínez Otón
Departamento	Departamento de Publicidad
Titulación académica	Master en Radio, Podcast y Audio digital
Correo electrónico	fsuarez@nebrija.es
Localización	Campus de Comunicación y Artes en Madrid-San Francisco de Sales
Tutoría	Horario de tutoría Contactar con el profesor previa petición de hora por e-mail

Experiencia docente, investigadora y/o profesional, así como investigación del profesor aplicada a la asignatura, y/o proyectos profesionales de aplicación.	<p>Laura Martínez Otón es Doctora Acreditada en Comunicación. Licenciada en Periodismo por la Universidad CEU San Pablo. Profesora e Investigadora en la Universidad Nebrija. (https://www.researchgate.net/profile/Laura-Oton) Grupo Innmedia.</p> <p>Directora del Máster en Radio, podcast y audio digital de la Cadena SER.</p> <p>Ha desarrollado su carrera profesional en el Grupo COPE desde 1995: Cadena 100 y Cadena COPE como redactora, locutora y productora. Ha sido coordinadora de política, editora de informativos y boletines, reportera de sociedad en informativos, locutora y redactora del Fin de Semana COPE. Ha trabajado junto a Carlos Herrera, Ernesto Saenz de Buruaga, Angel Expósito, Javi Nieves o Cristina Lopez Schlichting entre otros.</p> <p>Premio “Lolo” de Periodismo Joven (UCIPE) y I Premio de Periodismo (categoría de radio) contra la violencia de género Grupo Norte.</p> <p>Ha colaborado en diferentes medios como ABC, Europa Press y 13 TV. Actualmente colabora en medios como Cadena SER, Tele Cinco o Televisión Española.</p>
--	--