



centro adscrito a:



UNIVERSITAT POLITÈCNICA
DE CATALUNYA
BARCELONATECH

GUÍA DOCENTE DE DIRECCIÓN DE PROYECTOS DE COMUNICACIÓN DIGITAL 2025-26

DATOS GENERALES

Nombre:	Dirección de proyectos de comunicación digital
Código:	801877
Curso:	2025-2026
Titulación:	Máster Universitario en Comunicación de la Tecnología y la Innovación
N.º de créditos (ECTS):	5
Ubicación en el plan de estudios:	2º Cuatrimestre
Fecha de la última revisión:	Julio 2025
Profesor Responsable:	Prof. Sergio Gómez Larrea

1. DESCRIPCIÓN GENERAL

La asignatura nos presenta la forma de entender un proyecto de manera transversal; fases, áreas, técnicas y herramientas, para realizar una gestión efectiva de cualquier proyecto, incluyendo una cartera entera de varios proyectos de distinta índole, importancia e impacto.

Veremos cómo gestionar el triángulo elemental de un proyecto: Alcance, tiempo y coste, así como el resto de áreas, igualmente importantes, como la gestión de los interesados, los riesgos (tanto amenazas como oportunidades), calidad o adquisiciones.

Se utilizarán, como base de conocimiento, las buenas prácticas y recomendaciones de certificaciones internacionales como el PMP y PMO-CP.

Asimismo, veremos algunas de las herramientas informáticas para la gestión de proyectos, incluyendo la integración de la IA en este ámbito.

En este proceso formativo se dotará al alumno del conocimiento, las habilidades, las actitudes e, incluso, los valores necesarios para construir la competencia para dirigir un proyecto y la cartera de proyectos completa del departamento.

Se aprovechará esta competencia para enfocarla en la comunicación digital.

2. OBJETIVOS

Al finalizar el curso el estudiante será capaz de:

- Dirigir un proyecto de manera efectiva.
- Dirigir la cartera de proyectos del departamento.
- Entender y adquirir el lenguaje propio de la dirección de proyectos.
- Familiarizarse con las certificaciones internacionales del sector.
- Conocer las herramientas actuales para dirigir proyectos.
- Saber enfocar la gestión de un proyecto hacia el objetivo y el sector deseado.

3 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Conocimientos (Knowledge)

K1.1 Asociar estrategias de comunicación específicas con los objetivos empresariales vinculados con la innovación y la tecnología.

K4.1 Seleccionar herramientas y canales de comunicación digital específicos para diferentes audiencias, identificando cómo su elección puede influir en la efectividad del mensaje.

K4.2 Reconocer la importancia de una selección adecuada de metodologías y técnicas comunicativas influye en la dirección efectiva de proyectos de comunicación, optimizando recursos y alcanzando resultados exitosos.

Habilidades (Skills)

S01 Comunicar eficazmente de forma oral, escrita y gráfica con otras personas sobre el aprendizaje, la elaboración del pensamiento y la toma de decisiones, y participar en debates, haciendo uso de las habilidades interpersonales, como la escucha activa y la empatía, que favorecen el trabajo en equipo.

S02 Desarrollar la capacidad de contribuir a la innovación en instituciones y organizaciones empresariales nuevas o existentes, mediante la participación en proyectos creativos y tener capacidad para aplicar competencias y conocimientos sobre emprendimiento, organización y desarrollo empresarial de base tecnológica.

S03 Comprender las tecnologías digitales avanzadas, de modo que puedan ser aplicadas con perspectiva crítica, en contextos diversos, en situaciones académicas, profesionales, sociales o personales.

S5.1 Planificar proyectos de comunicación digital utilizando técnicas adaptadas al entorno tecnológico, asegurando la alineación con los objetivos del proyecto y las tendencias digitales.

S5.2 Evaluar la efectividad de los proyectos a partir de los resultados obtenidos en diferentes métricas para identificar puntos de mejora.

Competencias (competences)

C01 Integrar los valores de la sostenibilidad, entendiendo la complejidad de los sistemas, con el fin

de emprender o promover acciones que restablezcan y mantengan la salud de los ecosistemas y mejoren la justicia, generando así visiones para futuros sostenibles.

C02 Identificar y analizar problemas que requieran tomar decisiones autónomas, informadas y argumentadas, para actuar con responsabilidad social, siguiendo valores y principios éticos.

C03 Desarrollar la capacidad de evaluar las desigualdades por razón de sexo y género, para diseñar soluciones.

C5.2 Construir, liderar y coordinar equipos multidisciplinares para proyectos de comunicación digital, promoviendo la sinergia entre expertos en tecnología, comunicación y diseño.

C11.2 Liderar procesos de innovación en proyectos de comunicación digital, gestionando la identificación de oportunidades para la integración creativa de tecnologías emergentes.

4. CONTENIDOS

TEMA 1. CONCEPTUALIZACIÓN DE LA DIRECCIÓN DE PROYECTOS DE COMUNICACIÓN DIGITAL

Resultados de aprendizaje

Los estudiantes deberán ser capaces de:

- Ubicarse en la gestión de proyectos.
- Enfocar los objetivos de un proyecto hacia canales digitales.
- Vincular el plan de comunicaciones al alcance del proyecto.

Contenidos

1.1. Definición y conceptos generales de la gestión de proyectos.

1.2. Creación de objetivos y canales digitales.

1.3. El alcance de un proyecto y el plan de comunicaciones.

TEMA 2. LA DIRECCIÓN DE PROYECTOS Y SU LENGUAJE UNIVERSAL

Resultados de aprendizaje

Los estudiantes deberán ser capaces de:

- Conocer las certificaciones más importantes del sector.
- Entender la importancia del lenguaje común.
- Saber como funcionan las organizaciones de soporte al profesional de la gestión de proyectos.

Contenidos

2.1. PMP (Project Management Professional).

2.2. PMO-CP o cómo dirigir diversos proyectos a la vez eficazmente.

2.3. Metodologías ágiles.

TEMA 3. PILARES ELEMENTALES DE LA GESTIÓN DE PROYECTOS I

Resultados de aprendizaje

Los estudiantes deberán ser capaces de:

- Entender y saber construir el alcance del proyecto.
- Diseñar un cronograma y saber gestionarlo.
- Calcular los costes de un proyecto y aprender a controlarlos.

Contenidos

3.1. Gestión del alcance.

3.2. Gestión del tiempo / cronograma.

3.3. Gestión de los costos.

TEMA 4. PILARES ELEMENTALES DE LA GESTIÓN DE PROYECTOS II

Resultados de aprendizaje

Los estudiantes deberán ser capaces de:

- Gestionar los interesados de un proyecto, diferenciándolos y equilibrándolos.
- Entender qué es un riesgo en el ámbito de un proyecto.
- Enfrentar las amenazas y explotar las oportunidades.

Contenidos

4.1. Gestión de interesados.

4.2. Gestión de riesgos: Amenazas.

4.3. Gestión de riesgos: Oportunidades.

TEMA 5. PILARES ELEMENTALES DE LA GESTIÓN DE PROYECTOS III

Resultados de aprendizaje

Los estudiantes deberán ser capaces de:

- Entender los procesos de calidad.
- Gestionar las comunicaciones a lo largo del proyecto.
- Gestionar las adquisiciones necesarias para la realización del proyecto.

Contenidos

- 5.1. Gestión de calidad.
- 5.2. Gestión de las comunicaciones.
- 5.3. Gestión de las adquisiciones.

TEMA 6. SOFT SKILLS DEL PROJECT MANAGER

Resultados de aprendizaje

Los estudiantes deberán ser capaces de:

- Entender la manera de gestionar un equipo de personas destinadas a uno o más proyectos a la vez.
- Disponer de algunas herramientas de gestión de personas.
- Saber como lidiar con las diferentes situaciones en un proyecto.

Contenidos

- 6.1. Negociación colaborativa.
- 6.2. Comunicación 360 grados.
- 6.3. Persuasión positiva.

TEMA 7. HERRAMIENTAS INFORMÁTICAS PARA LA GESTIÓN DE PROYECTOS

Resultados de aprendizaje

Los estudiantes deberán ser capaces de:

- Conocer diferentes herramientas de gestión de proyectos.
- Aprender a adaptarse a las herramientas de la empresa.
- Aprender a utilizar IA en la gestión de proyectos.

Contenidos

- 7.1. Herramientas más usadas en gestión de proyectos.
- 7.2. Construcción de las necesidades esenciales con herramientas institucionalizadas.
- 7.3. Herramientas IA (Se realizará la elección de las herramientas más relevantes en función de la última actualización previa a la sesión).

TEMA 8. PROYECTOS DE COMUNICACIONES DIGITALES

Resultados de aprendizaje

Los estudiantes deberán ser capaces de:

- Conocer proyectos de comunicación digital.
- Vincular el alcance de un proyecto con el plan de comunicaciones.
- Valorar ejemplos reales de amenazas y oportunidades.

Contenidos

- 8.1. Ejemplos de proyectos de comunicación digital.
- 8.2. Alcance y plan de comunicación.
- 8.3. Amenazas y oportunidades reales.

5. METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE

La asignatura se organiza de forma que el estudiante pueda obtener los conocimientos de los diferentes temas, consiga llevarlos a la práctica, y desarrolle una actitud participativa, proactiva y de espíritu crítico hacia los contenidos y realidades de la gestión de proyectos.

Las sesiones en el aula serán principalmente de exposición magistral del conocimiento (Masterclass) con diferentes actividades prácticas de aprendizaje, las cuales se presentan como una oportunidad para complementar los conocimientos adquiridos y asimilarlos con mayor profundidad.

Las principales actividades que se realizarán serán:

- Dinámicas de grupo de resolución de problemas, debate y gamificación.
- Trabajo en grupo cooperativo con orientación docente.
- Trabajo autónomo de estudio y realización de ejercicios tanto en modelo tradicional como en aula invertida cuando el contenido lo permita.

6. EVALUACIÓN

De acuerdo con el Plan Bolonia, el modelo premia el esfuerzo constante y continuado del estudiantado. Un 60% de la nota final se obtiene de la evaluación continua de las actividades dirigidas y el 40% porcentaje restante, del examen final presencial. El examen final tiene dos convocatorias.

La nota final de la asignatura (NF) se calculará a partir de la siguiente fórmula:

$$\mathbf{NF = Nota Examen Final \times 40\% + Nota Evaluación Continuada \times 60\%}$$

Nota mínima del examen final para calcular la NF será de 4 puntos sobre 10.

La asignatura queda aprobada con una nota final igual o superior a 5 puntos sobre 10.

Tipo de actividad	Descripción	% Evaluación continua	
Continuado:			60 %
Caso individual	Ejercicio escrito	30%	
Ejercicio en equipo	Presentación en clase	30%	
Examen final:			40 %
	Examen final	100%	

7. BIBLIOGRAFÍA

- Blanchard, K., & Johnson, S. (2008). El ejecutivo al minuto (5a ed.). Barcelona: Random House Mondadori.
- Fisher, R., Ury, W. L., & Patton, B. (2011). Getting to yes: Negotiating agreement without giving in (3rd ed.). Penguin Books. Penguin Books.
- Johnson, Spencer. Blanchard Kenneth. (2008). El ejecutivo al minuto (5a. ed.). Random House Mondadori.
- Pinto, A. (2016). PMO Value Ring. PMO CP. Newtown Square, Pennsylvania: Project Management Institute.
- Project Management Institute. (2021). A Guide to the Project Management Body of Knowledge (PMBOK Guide) (7th ed.). Newtown Square, Pennsylvania: Project Management Institute.