

GUÍA DOCENTE DE ASIGNATURA

CURSO 2010/2011

1. DATOS BÁSICOS DE LA ASIGNATURA							
1.1. Nombre	COMUNICACIÓN POLÍTICA E INSTITUCIONAL						
1.2. Código de la asignatura	70423117	1.3. Plan	MÁSTER EN COMUNICACIÓN SOCIAL	1.4. Curso académico	2010/2011	1.5. Ciclo formativo	MÁSTER OFICIAL
1.6. Curso de la Titulación	1º	1.7. Tipo	Obligatoria	1.8. Cuatrimestre		Primero	
1.10. Utilización plataforma virtual (indicar modalidad)	Semipresencial (b-learning)						
1.11. Créditos ECTS	3	1.11.1. Horas presenciales del estudiante	22.5	1.11.2. Horas no presenciales del estudiante	52.5		
Organización de las actividades	<i>Actividades previstas para el aprendizaje y distribución horaria del trabajo del estudiante por actividad (estimación en horas)</i>					Horas	Cuadro de texto
I. ACTIVIDADES DEL ESTUDIANTE PRESENCIALES /ON LINE	Sesiones de contenido Teórico					17	
	Sesiones de contenido Práctico					5.5	
	Sesiones de Grupo de Trabajo					-	
	Prácticas externas					-	
	Tutorías individuales			Tutorías colectivas		10	
	Realización de pruebas de evaluación					1	
II. ACTIVIDADES NO PRESENCIALES DEL ESTUDIANTE (Trabajo Autónomo)	Trabajo en grupo, Trabajo individual (<i>preparación de exámenes, horas de estudio, consultas en aula virtual, realización de pruebas en aula virtual, etc</i>) Organización de actividades (especialmente para asignaturas b-learning y e-learning)					41,5	
TOTAL HORAS DE TRABAJO DEL ESTUDIANTE						75	
2. DATOS DEL/ LA PROFESOR/A (este apartado será aportado por la OD)							
2.1. Nombre	Bañón Hernández, Antonio M. y Fornieles Alcaraz, Javier.						
2.2. Departamento							
2.3. Despacho							
2.4. Horario de tutoría	<i>Consultar página web (enlace web al programa correspondiente)</i>						
2.5. Teléfono		2.6. E-mail (institucional)					
2.8. Recursos Web							

personales

3. ELEMENTOS DE INTERÉS PARA EL APRENDIZAJE DE LA ASIGNATURA

3.1. Justificación de los contenidos

Por un lado, la comunicación política es un ámbito esencial en las sociedades democráticas por lo que es necesario gestionar adecuadamente las estrategias de comunicación política por parte de organizaciones, instituciones y partidos políticos. La comunicación de las instituciones, de los partidos políticos y de las organizaciones sociales debe ser objeto de análisis y estudio, así como el papel que desempeñan los medios de comunicación en la conformación y configuración de una opinión pública libre como requisito básico de la democracia.

Por otro lado, la comunicación institucional, ha existido desde que existen instituciones. La difusión de ideas en la sociedad siempre ha estado presente. Lo que ha variado es el modo de realizarse a lo largo de la historia. La comunicación institucional se ha desarrollado como disciplina desde mediados del siglo XX y está muy unida a la comunicación de empresas comerciales.

Es por ello que para conocer el papel político de los medios de comunicación, los procesos de comunicación de las instituciones y las estrategias de comunicación de las organizaciones sociales, es necesario tener conocimiento de la comunicación política e institucional.

3.2. Materia con la que se relaciona en el Plan de Estudios

Comunicación Política, Empresa y Comunicación.

3.4. Conocimientos necesarios para abordar la asignatura

No se necesitan conocimientos previos

3.5. Requisitos previos recogidos en la memoria de la Titulación

4. COMPETENCIAS

4.1. Competencias generales

- Poseer y comprender conocimientos
- Aplicación de conocimientos
- Capacidad para emitir juicios
- Capacidad de comunicar y aptitud social
- Habilidad para el aprendizaje

4.2. Competencias específicas desarrolladas

- Capacidad y habilidad para expresarse con fluidez y eficacia comunicativa en las lenguas propias de manera oral y escrita.
- Capacidad para leer y analizar textos y documentos especializados de cualquier tema relevante y saber resumirlos o adaptarlos.
- Capacidad y habilidad para comunicar en el lenguaje propio de los medios de comunicación tradicionales (prensa, fotografía, radio, televisión), en sus modernas formas combinadas (multimedia) o en los nuevos soportes digitales

(internet), mediante la hipertextualidad.

-Capacidad y habilidad para recuperar, organizar, analizar y procesar información y comunicación con la finalidad de ser difundida, servida o tratada para usos privados o colectivos a través de diversos medios y soportes o en la creación de producciones de cualquier tipo.

- Conocimiento de las estrategias de comunicación de los actores políticos como pueden ser los partidos políticos, grupos de presión, think tanks y entidades sociales.

5. OBJETIVOS/ RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Conocer el papel político de los medios de comunicación
- Estudiar las estrategias de comunicación de los principales partidos políticos en España
- Sistematizar las herramientas y técnicas de comunicación política para la elaboración de campañas de comunicación
- Elaborar procedimientos de análisis político a partir las funciones sociales y políticas de los partidos políticos y de las instituciones
- Profundizar en el estudio de la comunicación política e institucional 2.0

6. BLOQUES TEMÁTICOS, METODOLOGÍA Y PLANIFICACIÓN DE LAS ACTIVIDADES PREVISTAS

Bloques temáticos y temas	Modalidades organizativas	Procedimientos y actividades formativas	Contexto	
			Presencial	No presencial
Bloque I: La Comunicación Política	Sesiones de contenido teórico	Clase magistral participativa	x	
		Conferencia		
		Proyecciones audiovisuales	x	
		Seminarios		
		Videoconferencia		
		Otros		
	Sesiones de contenido práctico	Seminario		
		Debate	x	
		Ampliación de explicaciones	x	
		Exposición de los grupos de trabajo		
		Organización del trabajo	x	
		Resolución de problemas	x	
		Dudas o conflictos	x	
		Promoción de iniciativas		
		Sesión de evaluación		
		Estudio de casos	x	
		Seminarios		
		Otros		
	Sesiones de Grupo de trabajo	Búsqueda, consulta y tratamiento de información		

		Debate		
		Realización de ejercicios		
		Tareas de laboratorio		
		Trabajo de campo		
		Formulación de hipótesis y alternativas		
		Trabajo en equipo,		
		Realización de informes		
		Demostración de procedimientos específicos		
		Evaluación de resultados		
		Problemas		
		Estudio de casos		
		Seminarios		
		Proyectos		
		Otros		
Prácticas externas	Demostración de procedimientos en el escenario profesional			

Bloques temáticos y temas	Modalidades organizativas	Procedimientos y actividades formativas	Contexto	
			Presencial	No presencial
Bloque II: La Comunicación Institucional	Sesiones de contenido teórico	Clase magistral participativa	x	
		Conferencia		
		Proyecciones audiovisuales	x	
		Seminarios		
		Videoconferencia		
		Otros		
	Sesiones de contenido práctico	Seminario		
		Debate	x	
		Ampliación de explicaciones	x	
		Exposición de los grupos de trabajo		
		Organización del trabajo	x	
		Resolución de problemas	x	
		Dudas o conflictos	x	
		Promoción de iniciativas		
		Sesión de evaluación		
		Estudio de casos	x	
		Seminarios		
		Otros		
	Sesiones de Grupo de trabajo	Búsqueda, consulta y tratamiento de información		
		Debate		
		Realización de ejercicios		
		Tareas de laboratorio		
		Trabajo de campo		
Formulación de hipótesis y alternativas				
Trabajo en equipo,				
Realización de informes				

		Demostración de procedimientos específicos		
		Evaluación de resultados		
		Problemas		
		Estudio de casos		
		Seminarios		
		Proyectos		
		Otros		
	Prácticas externas	Demostración de procedimientos en el escenario profesional		

DESCRIPCIÓN DE TAREAS DEL ESTUDIANTE Y RECURSOS VIRTUALES QUE SE UTILIZARÁN EN LA ACTIVIDAD PARA ASIGNATURAS B-LEARNING Y E-LEARNING	HORAS (previsión de actividades presenciales, en aula y de trabajo autónomo)		
	Presenciales	No presenciales	
Lectura de publicaciones facilitadas por el docente		10 horas no presenciales	
Foros		4 horas no presenciales	
Glosario		2,5 horas no presenciales	
Método del Caso		15 horas no presenciales	
Tarea: elaboración y entrega de un trabajo de curso		10 horas no presenciales	
Descripción del trabajo autónomo del alumno			
<p>-El estudiante deberá documentarse para poder afianzar las nociones vistas en la sesión teórica y así ponerlas en práctica.</p> <p>-El estudiante deberá completar con otras fuentes bibliográficas el conocimiento teórico y práctico adquirido en clase.</p>			

7. PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN DE LAS COMPETENCIAS

7.1. Criterios de evaluación

1. Clases presenciales teóricas y prácticas: Será necesaria la asistencia de, al menos, el 75% de las clases presenciales, tanto teóricas como prácticas.

2. Actividades no presenciales de trabajo personal del alumno: Será necesaria la participación activa en todas las actividades no presenciales.

7.1.2. Porcentajes de evaluación	
Tarea (trabajo de curso): 50% de la nota final Participación en Foros: 10% de la nota final Participación en Glosario: 10% nota final Método del Caso: 30% nota final	Porcentaje trabajo no presencial (cada profesor que especifique las actividades que evaluará en este apartado)
7.2. Instrumentos de evaluación	
<i>Tarea</i> <i>Foros</i> <i>Glosario</i> <i>Método del Caso (virtual)</i>	
7.4. Mecanismos de seguimiento (se recogerán aquí los mecanismos concretos que los docentes propongan para el seguimiento de la asignatura)	
<ul style="list-style-type: none"> - <i>Comprobación de la participación en foros y glosario</i> - <i>Control de la participación y corrección del Método del Caso</i> - <i>Corrección de la Tarea (trabajo de curso) en dos fases: memoria del trabajo y trabajo una vez finalizado.</i> - <i>Alta y acceso al Aula Virtual</i> 	

8. BIBLIOGRAFÍA DE LA ASIGNATURA

8.1. Bibliografía recomendada

Bibliografía o Fuentes:

- BORRAT, H. (1989) *El periódico, actor político*, Gustavo Gili, Barcelona
- CANEL, M.J: (2007) *Comunicación de las instituciones públicas*, Ed. Tecnos, Madrid
- CASTILLO ESPARCIA, A. (2001) *Los grupos de presión ante la sociedad de la comunicación*, Debates UMA, Málaga.
- GOMIS, L. (1987) *El medio media. La función política de la prensa*, Mitre, Barcelona
- REY MORATÓ, J. (1997): *Los juegos de los políticos. Teoría general de la Información y Comunicación Política*, Tecnos, Madrid.
- REY MORATÓ, J. (2007) *Comunicación política, internet y campañas electorales. De la teledemocracia a la ciberdemocracia*, Ed, Tecnos, Madrid.

8.2. Direcciones Web

- Relaciones con los públicos (<http://relacionesconlospublicos.blogspot.com/>)
- ADECEC (<http://www.adecec.com/index.html>)
- Dircom (<http://www.dircom.org/>)
- Asociación de Comunicación Política (ACOP) (<http://www.compolitica.com/>)