UNIVERSIDAD DE CASTILLA - LA MANCHA

GUÍA DOCENTE

1. DATOS GENERALES

Asignatura: COMUNICACIÓN POLÍTICA E INSTITUCIONAL
Código: 16534
Tipología: OBLIGATORIA
Créditos ECTS: 6
Grado: 401 - GRADO EN COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL
Curso académico: 2023-24
Centro: 12 - FACULTAD DE COMUNICACIÓN
Grupo(s): 30
Curso: 4
Duración: C2
Lengua principal de impartición: Español
Segunda lengua: Inglés
Uso docente de otras lenguas:
English Friendly: S
Página web: http://blog.uclm.es/josemariaherranz/
Bilingüe: N

Profesor: **JOSE MARIA HERRANZ DE LA CASA** - Grupo(s): **30**

Edificio/Despacho	Departamento	Teléfono	Correo electrónico	Horario de tutoría
Facultad de Comunicación / 2.04	DPTO. EN CONSTITUCIÓN	4776	josemaria.herranz@uclm.es	

Profesor: **MARÍA ESTHER PALENCIANO TORRECILLA** - Grupo(s): **30**

Edificio/Despacho	Departamento	Teléfono	Correo electrónico	Horario de tutoría
	DPTO. EN CONSTITUCIÓN		MEsther.Palenciano@uclm.es	

2. REQUISITOS PREVIOS

No se han establecido

3. JUSTIFICACIÓN EN EL PLAN DE ESTUDIOS, RELACIÓN CON OTRAS ASIGNATURAS Y CON LA PROFESIÓN

Parte de la formación básica del alumnado de Comunicación Audiovisual es la investigación y el análisis mediático. Tanto si se quiere encarar el futuro profesional a la investigación como si se opta por un itinerario más práctico, el futuro profesional debe conocer y manejar las herramientas que le permitan investigar todo aquello relacionado con la comunicación, así como analizar todos los aspectos sobre la misma. Por este motivo saber evaluar críticamente los contenidos así como diseñar, planificar y ejecutar metodologías de análisis e investigación, son elementos básicos en la formación de esta titulación. Con ello se consiguen profesionales capaces de comprender y analizar las funciones de los medios de comunicación y de información, a evaluar críticamente los contenidos y a tomar decisiones fundadas como usuarios y productores de información y contenido mediático. Esta asignatura profundiza en los aspectos relacionados con la gestión de la comunicación en el ámbito político, institucional y empresarial.

4. COMPETENCIAS DE LA TITULACIÓN QUE LA ASIGNATURA CONTRIBUYE A ALCANZAR

Competencias propias de la asignatura

Código	Descripción
CB03	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
CE07	Conocer las interrelaciones entre los agentes que influyen en la comunicación audiovisual.
CG01	Conocer las características esenciales de la comunicación, sus elementos y sus resultados, con la finalidad de que el estudiante pueda entender los fenómenos comunicativos que se producen en la sociedad actual.
CG02	Desarrollar la creatividad para asumir riesgos en la definición de temas de investigación o de creación desde una perspectiva innovadora que puedan contribuir al conocimiento, interpretación o desarrollo de los lenguajes y/o formatos audiovisuales.
CG06	Conocer del estado del mundo, su evolución histórica reciente, adquirir conceptos necesarios para la comprensión de sus dimensiones políticas, económicas, tecnológicas y socioculturales y utilizar este conocimiento como instrumento en la resolución de problemas y retos profesionales.

5. OBJETIVOS O RESULTADOS DE APRENDIZAJE ESPERADOS

Resultados de aprendizaje propios de la asignatura

Descripción

Analizar los procesos de formación de opinión pública.

Analizar y valorar de modo crítico textos audiovisuales, gráficos y escritos y reconocer los criterios estéticos y políticos en los que están inscritos.

Comprender la retórica de los distintos lenguajes de los medios de comunicación.

Conocer y manejar los procesos de documentación y búsqueda de información precisos para la producción de contenidos audiovisuales en el contexto contemporáneo.

Apreciar la relevancia de la alfabetización mediática y la educación en medios en los procesos de conformación de una ciudadanía política y activa.

Diseñar y gestionar el impacto comunicativo de los discursos políticos e institucionales, a través del desarrollo de campañas.

6. TEMARIO

Tema 1: Fundamentos de la comunicación política e institucional.

Tema 2: Gestión de la comunicación en las instituciones. El Plan Integral de Comunicación.

Tema 3: Áreas y herramientasde la comunicación política e institucional.

Tema 4: Márketing político y electoral.

7. ACTIVIDADES O BLOQUES DE ACTIVIDAD Y METODOLOGÍA

Actividad formativa	Metodología	Competencias relacionadas (para títulos anteriores a RD 822/2021)	ECTS	Horas	Ev	Ob	Descripción
Enseñanza presencial (Prácticas) [PRESENCIAL]	Combinación de métodos	CB03 CE07 CG01 CG02 CG06	1.2	30	N	-	
Prácticas en aulas de ordenadores [PRESENCIAL]	Resolución de ejercicios y problemas	CG01 CG02 CG06	0.32	8	S	N	
Trabajo de campo [PRESENCIAL]	Aprendizaje orientado a proyectos	CE07 CG01 CG02	0.4	10	S	N	
Estudio o preparación de pruebas [AUTÓNOMA]	Trabajo autónomo	CB03 CG01 CG02	2.4	60	N	-	
Presentación de trabajos o temas [PRESENCIAL]	Aprendizaje orientado a proyectos	CG01 CG06	0.4	10	S	S	
Prueba final [PRESENCIAL]	Pruebas de evaluación	CE07 CG01 CG06	0.08	2	S	S	
Elaboración de informes o trabajos [AUTÓNOMA]	Prácticas	CB03 CG01 CG02	1.2	30	S	N	
		Total:	**6**	**150**			
Créditos totales de trabajo presencial: 2.4							**Horas totales de trabajo presencial: 60**
Créditos totales de trabajo autónomo: 3.6							**Horas totales de trabajo autónomo: 90**

Ev: Actividad formativa evaluable
Ob: Actividad formativa de superación obligatoria (Será imprescindible su superación tanto en evaluación continua como no continua)

8. CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y VALORACIONES

Sistema de evaluación	Evaluacion continua	Evaluación no continua*	Descripción
Prueba final	35.00%	0.00%	Conceptos teóricos
Portafolio	50.00%	20.00%	Donde se recogen todas las prácticas realizadas a lo largo del curso y el trabajo en grupo
Prueba	5.00%	5.00%	Test de Actualidad
Prueba	10.00%	10.00%	Lecturas obligatorias
Resolución de problemas o casos	0.00%	35.00%	
Examen teórico	0.00%	30.00%	
Total:	**100.00%**	**100.00%**	

** En **Evaluación no continua** se deben definir los porcentajes de evaluación según lo dispuesto en el art. 4 del Reglamento de Evaluación del Estudiante de la UCLM, que establece que debe facilitarse a los estudiantes que no puedan asistir regularmente a las actividades formativas presenciales la superación de la asignatura, teniendo derecho (art. 12.2) a ser calificado globalmente, en 2 convocatorias anuales por asignatura, una ordinaria y otra extraordinaria (evaluándose el 100% de las competencias).*

Criterios de evaluación de la convocatoria ordinaria:

Evaluación continua:

La evaluación supone que la nota final de la asignatura se compone de tres pruebas escritas que tienen una validez de un 35% (prueba final), 5% (Test actualidad) y un 10% (lecturas obligatorias). Por otro lado, habrá un 50% de la participación global del alumnado en las distintas partes prácticas de la asignatura (portafolio). Esta parte se evaluará teniendo en cuenta la participación oral, la realización y presentación en los plazos previstos de las prácticas. No se aceptarán trabajos 24 horas después de la fecha límite propuesta en clase, lecturas, presentaciones y prácticas propuestas en clase.

El alumnado deberá obtener un mínimo de 4 puntos en cada una de las siguientes partes: en la prueba final y en el portafolio para poder superar la asignatura, en caso contrario tendrá que realizar o presentar los trabajos correspondientes en la convocatoria extraordinaria para su evaluación.

La asignatura consta de dos convocatorias ordinaria y extraordinaria. En la convocatoria ordinaria se utiliza el método de evaluación continua y supone ir sumando todos los porcentajes de la nota (prácticas en clase, test de actualidad, test de lectura, trabajo en grupo, pruebas escritas) hasta la prueba final de mayo. El alumnado que no saquen al menos un 4 en el portafolio y/o en la prueba final no aprobarán la asignatura y tendrán que presentarse a la convocatoria extraordinaria de junio. En el caso de no alcanzar el 4 en alguna de estas dos partes, la nota final será la media de ambas y en el caso de que sea superior a 5, el alumnado tendrá una nota de 4,9.

Cualquier parte del alumnado podrá cambiarse a la modalidad de evaluación no continua siempre que no haya participado durante el periodo de impartición de clases en actividades evaluables que supongan en su conjunto al menos el 50% de la evaluación total de la asignatura. Si el alumnado ha alcanzado ese 50% de actividades evaluables o si, en cualquier caso, el periodo de clases hubiera finalizado, se considerará en evaluación continua sin posibilidad de cambiar de modalidad de evaluación.

Las pruebas escritas y las prácticas pueden suspenderse por faltas de ortografía conforme a los criterios de la Facultad de Comunicación. Los ejercicios, trabajos y prácticas plagiados estarán suspensos. En las pruebas escritas y en las prácticas se evaluará al alumnado sobre:
1. Todo el material teórico expuesto y propuesto por el profesor en clase.
2. Los temas que aparecen en el programa de la asignatura.
3. La bibliografía básica y complementaria.
4. Los libros y artículos de lectura recomendados y obligatorios.

Asimismo los trabajos y ejercicios presentados en clase por el profesor y el alumnado serán materia evaluable de las pruebas escritas con el objetivo de demostrar del alumnado sus conocimientos, competencias, resultados de aprendizaje, lecturas, grado de asimilación, el rigor de sus razonamientos y su capacidad de aportación personal. Cualquier parte del alumnado podrá cambiarse a la modalidad de evaluación no continua siempre que no haya participado durante el periodo de impartición de clases en actividades evaluables que supongan en su conjunto al menos el 50% de la evaluación total de la asignatura. Si el alumnado ha alcanzado ese 50% de actividades evaluables o si, en cualquier caso, el periodo de clases hubiera finalizado, se considerará en evaluación continua sin posibilidad de cambiar de modalidad de evaluación.

Esta planificación podría adaptarse y sufrir leves modificaciones en caso de que se acometa cualquier medida extraordinaria relacionada con la pandemia sanitaria de la COVID-19. No obstante, incluso en un escenario imprevisto, se tratarán de mantener los porcentajes de evaluación con la máxima fidelidad

a lo señalado en esta guía.

Evaluación no continua:

La evaluación no continua será a través de una prueba final donde habrá un test de actualidad (5%), una parte de lecturas obligatorias (10%), una parte de aspectos teóricos (30%) y por último una parte práctica (35%). Además, el alumnado tendrá que presentar todos los trabajos obligatorios dentro de los plazos establecidos por el profesorado, que tendrán un valor del 20% de la nota final.

Particularidades de la convocatoria extraordinaria:

En la convocatoria extraordinaria el alumnado será examinado en una prueba final de todo lo visto en clase y en la asignatura. Y se aplican los mismos criterios que en la convocatoria ordinaria. El alumnado de la evaluación no continua tendrá una prueba compuesta por un test de actualidad, las lecturas, la teoría y la práctica. El alumnado tendrá que presentar todos los trabajos obligatorios no entregados o suspensos dentro del plazo establecido por el profesorado. Y se aplican los mismos criterios que en la convocatoria ordinaria.

Particularidades de la convocatoria especial de finalización:

Todo el alumnado que opten por la convocatoria especial de finalización tendrán que ponerse en contacto con los profesores antes del 30 de septiembre para concretar las entregas antes de la prueba final.

9. SECUENCIA DE TRABAJO, CALENDARIO, HITOS IMPORTANTES E INVERSIÓN TEMPORAL

No asignables a temas

Horas	Suma horas
Estudio o preparación de pruebas [AUTÓNOMA][Trabajo autónomo]	5
Presentación de trabajos o temas [PRESENCIAL][Aprendizaje orientado a proyectos]	4.5

Tema 1 (de 4): Fundamentos de la comunicación política e institucional.

Actividades formativas	Horas
Enseñanza presencial (Prácticas) [PRESENCIAL][Combinación de métodos]	6
Prácticas en aulas de ordenadores [PRESENCIAL][Resolución de ejercicios y problemas]	2
Trabajo de campo [PRESENCIAL][Aprendizaje orientado a proyectos]	2
Estudio o preparación de pruebas [AUTÓNOMA][Trabajo autónomo]	12
Presentación de trabajos o temas [PRESENCIAL][Aprendizaje orientado a proyectos]	1.5
Elaboración de informes o trabajos [AUTÓNOMA][Prácticas]	6

Tema 2 (de 4): Gestión de la comunicación en las instituciones. El Plan Integral de Comunicación.

Actividades formativas	Horas
Enseñanza presencial (Prácticas) [PRESENCIAL][Combinación de métodos]	6
Prácticas en aulas de ordenadores [PRESENCIAL][Resolución de ejercicios y problemas]	1.5
Trabajo de campo [PRESENCIAL][Aprendizaje orientado a proyectos]	2
Estudio o preparación de pruebas [AUTÓNOMA][Trabajo autónomo]	12
Presentación de trabajos o temas [PRESENCIAL][Aprendizaje orientado a proyectos]	2
Elaboración de informes o trabajos [AUTÓNOMA][Prácticas]	6

Tema 3 (de 4): Áreas y herramientasde la comunicación política e institucional.

Actividades formativas	Horas
Enseñanza presencial (Prácticas) [PRESENCIAL][Combinación de métodos]	12
Prácticas en aulas de ordenadores [PRESENCIAL][Resolución de ejercicios y problemas]	2
Trabajo de campo [PRESENCIAL][Aprendizaje orientado a proyectos]	4
Estudio o preparación de pruebas [AUTÓNOMA][Trabajo autónomo]	15
Elaboración de informes o trabajos [AUTÓNOMA][Prácticas]	12

Tema 4 (de 4): Márketing político y electoral.

Actividades formativas	Horas
Enseñanza presencial (Prácticas) [PRESENCIAL][Combinación de métodos]	6
Prácticas en aulas de ordenadores [PRESENCIAL][Resolución de ejercicios y problemas]	2.5
Trabajo de campo [PRESENCIAL][Aprendizaje orientado a proyectos]	2
Estudio o preparación de pruebas [AUTÓNOMA][Trabajo autónomo]	16
Presentación de trabajos o temas [PRESENCIAL][Aprendizaje orientado a proyectos]	2
Prueba final [PRESENCIAL][Pruebas de evaluación]	2
Elaboración de informes o trabajos [AUTÓNOMA][Prácticas]	6

Actividad global

Actividades formativas	Suma horas
Estudio o preparación de pruebas [AUTÓNOMA][Trabajo autónomo]	60
Prácticas en aulas de ordenadores [PRESENCIAL][Resolución de ejercicios y problemas]	8
Presentación de trabajos o temas [PRESENCIAL][Aprendizaje orientado a proyectos]	10
Enseñanza presencial (Prácticas) [PRESENCIAL][Combinación de métodos]	30
Elaboración de informes o trabajos [AUTÓNOMA][Prácticas]	30
Trabajo de campo [PRESENCIAL][Aprendizaje orientado a proyectos]	10
Prueba final [PRESENCIAL][Pruebas de evaluación]	2
Total horas:	150

10. BIBLIOGRAFÍA, RECURSOS

Autor/es	Título/Enlace Web	Editorial	Población	ISBN	Año	Descripción
Losada Díaz, José Carlos	Gestión de la comunicación en las organizaciones	Ariel			2004	
Lippmann, Walter	La opinión pública	Cuadernos de Langre			2003	
Crespo, Ismael et al.	¿Estamos preparados? La gestión de la comunicación de crisis en la	Innap Investiga			2017	

	Administración Pública Española		
Villafañe, Justo	La buena reputación: claves del valor intangible de las empresas	Pirámide	2004
Pizarroso, Alejandro	Historia de la propaganda	Eudema	1990
Sotelo Enriquez, Carlos	Introducción a la Comunicación Institucional	Ariel Comunicación	2008
Xifra, Jordi	Comunicación proactiva: la gestión de conflictos potenciales	Gedisa	2009
Barquero Cabrero, José Daniel	Manual de relaciones públicas, publicidad y comunicación	Gestión 2000	2005
Laguna Platero, Antonio	Las claves del éxito político: ¿Por qué votan los ciudadanos?	Península	2010
Herrero, Julio César y Fuente, Juan Luis	La comunicación en el protocolo	Ediciones Protocolo	2011
Costa, Joan	El paradigma DirCom: el nuevo mapa del mundo de la comunica	Costa Punto Com Editor	2015
Sanz de la Tajada, Luis Ángel	Integración de la identidad y la imagen de la empresa	ESIC	1994
Cornelissen, Joep	Corporate Communication. A guide to theory & practice	Sage	2014
Losada, Ángel	La comunicación institucional en la gestión del cambio	Publicaciones Universidad Pontificia	1998
De las Heras, Carlos; Ruiz, Isabel y Paniagua, Francisco	Gestión de la comunicación en instituciones	Pearson Educación	2018
Guti¿rrez García, Elena y La Porte, Teresa	Tendencias emergentes en la comunicación de instituciones	Universidad Abierta de Cataluña	2013
Canel, María José	La comunicación de la administración pública	Fondo de Cultura Económica de España	2018
Arcero, Alfredo	El portavoz en la comunicación de las organizaciones: fundamentos teórico-prácticos	Publicacions Universitat Alacant	2012
Almansa Martínez, Ana	Del gabinete de prensa al gabinete de comunicación: la dirección de comunicación en la actualidad	Comunicación social	2011
Costa-Sánchez, Carmen y Sandra Martínez Costa (eds.)	Comunicación corporativa audiovisual y online: innovación y tendencias	UOC	2018
Martín Martín, Fernando	Comunicación empresarial e institucional	Universitas	2006
Losada Díaz, José Carlos	(No) crisis: la comunicación de crisis en un mundo conectado	UOC	2018
Jiménez, Mónika y Panizo, Julio M.	Eventos y protocolo. La gestión estratégica de actos corporativos e institucionales	UOC	2017
Cuenca, Joan y Verazzi, Laura	Guía fundamental de la comunicación interna	UOC	2018
Matilla, Kathy (coord.)	Casos de estudio de relaciones públicas: espacios de diálogo e impacto mediático	UOC	2016
Timoteo Álvarez, Jesús	Manejo de la comunicación organizacional: espacios, herramientas y tendencias en gestión de negocios	Díaz de Santos	2012
Ramos, Fernando	La comunicación corporativa e institucional. De la imagen al protocolo	Universitas	2002
Bernays, Edward L.	Propaganda	Melusina	2010
Herranz, José María	La gestión de la comunicación como elemento generador de transparencia en las organizaciones no lucrativas		2007
Lakoff, George	No pienses en un elefante: lenguaje y debate político	Universidad Complutense de Madrid	2007
Castelló, Enric	Comunicación y ser de la Organización	Tirant lo Blanch	2019
Campillo, Concepción	Comunicación pública y gestión estratégica municipal	Tirant lo Blanch	2011
Castells, Manuel	Comunicación y poder	Alianza	2011
Cabanas, Custodia y Soriano, Asunción	Comunicar para transformar	IE Business Publishing	2014
	Comunicación de masas y		

Valdez, Andrés	estrategia política. Neuro motivaciones y comportamiento de los electores	Tirant lo Blanch		2019
Canel, María José	Comunicación de las instituciones publicas	Tecnos		2007
Canel, María José	Comunicación política: una guía para su estudio y práctica	Tecnos		2006
Maarek, Philippe J.	Marketing político y comunicación: claves para una buena información	Paidós		2009
Berrocal, Salomé	Comunicación política en televisión y nuevos medios	Ariel		2003
Herrero, Julio César y Rodríguez, Amalio	El candidato: manual de relaciones con los medios (para políticos y asesores)	Comunicación social		2008
Lamarre, Guillaume	Storytelling como estrategia de comunicación Herramientas narrativas para comunicadores, creativos y emprendedores	Gustavo Gili		2019
Marañón, Luis y Herrero, Julio César (eds.)	Asuntos públicos: lobby y diplomacia corporativa	Dykinson	978-84-1122-400-0	2022
García Orosa, Berta (coord.)	Ciberciudadanía: retos de la democracia digitalizada	Comunicación Social	9788417600570	2021
Pérez-Curiel, Concha y García-Gordillo, Mar	Comunicación institucional pública: retos y realidades	Editorial UOC	978-84-9180-912-8	2021
López, Guillermo y Campos, Eva (eds.)	Redes en campaña: Liderazgos y mensajes en las elecciones de 2019	Comunicación Social	978-84-17600-61-7	2021
García-Ajofrín, Isabel	Joe Biden, el último en pie: la selección del presidente de Estados Unidos en 2020	UOC,	978-84-9180-956-2	2022