

# **Escuela de Doctorado y Estudios de Posgrado**

## **Máster Universitario en Innovación Comunicativa en las Organizaciones**

**GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA :**

**Campañas electorales  
(2020 - 2021)**

## 1. Datos descriptivos de la asignatura

Asignatura: <b>Campañas electorales</b>	Código: <b>835900902</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>- Centro: <b>Escuela de Doctorado y Estudios de Postgrado</b></li><li>- Lugar de impartición: -</li><li>- Titulación: <b>Máster Universitario en Innovación Comunicativa en las Organizaciones</b></li><li>- Plan de Estudios: <b>2018 (Publicado en 2018-09-19)</b></li><li>- Rama de conocimiento: <b>Ciencias Sociales y Jurídicas</b></li><li>- Itinerario / Intensificación:</li><li>- Departamento/s: <b>Ciencias de la Comunicación y Trabajo Social</b></li><li>- Área/s de conocimiento: <b>Comunicación Audiovisual y Publicidad</b> <b>Periodismo</b></li><li>- Curso: <b>1</b></li><li>- Carácter: <b>Optativa</b></li><li>- Duración: <b>Segundo cuatrimestre</b></li><li>- Créditos ECTS: <b>3,0</b></li><li>- Modalidad de impartición: <b>Presencial</b></li><li>- Horario: <b>Enlace al horario</b></li><li>- Dirección web de la asignatura: <b><a href="http://www.campusvirtual.ull.es">http://www.campusvirtual.ull.es</a></b></li><li>- Idioma: <b>Castellano</b></li></ul>	

## 2. Requisitos para cursar la asignatura

## 3. Profesorado que imparte la asignatura

<b>Profesor/a Coordinador/a: FRANCISCO JAVIER FERNANDEZ OBREGON</b>
- Grupo: <b>1</b>
<b>General</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Nombre: <b>FRANCISCO JAVIER</b></li><li>- Apellido: <b>FERNANDEZ OBREGON</b></li><li>- Departamento: <b>Ciencias de la Comunicación y Trabajo Social</b></li><li>- Área de conocimiento: <b>Periodismo</b></li></ul>
<b>Contacto</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Teléfono 1: <b>922317253</b></li><li>- Teléfono 2:</li><li>- Correo electrónico: <b>jobregon@ull.es</b></li><li>- Correo alternativo: <b>jobregon@ull.edu.es</b></li><li>- Web: <b><a href="http://www.campusvirtual.ull.es">http://www.campusvirtual.ull.es</a></b></li></ul>

Tutorías primer cuatrimestre:						
Desde	Hasta	Día	Hora inicial	Hora final	Localización	Despacho
Todo el cuatrimestre		Miércoles	10:00	13:00	Edificio de Periodismo - GU.4A	Pasillo de Profesorado
Todo el cuatrimestre		Viernes	10:00	11:00	Edificio de Periodismo - GU.4A	Pasillo de Profesorado
Todo el cuatrimestre		Viernes	13:00	15:00	Edificio de Periodismo - GU.4A	Pasillo del Profesorado
Observaciones:						
Tutorías segundo cuatrimestre:						
Desde	Hasta	Día	Hora inicial	Hora final	Localización	Despacho
08-02-2021	26-02-2021	Viernes	09:00	15:00	Edificio de Periodismo - GU.4A	Pasillo del Profesorado
03-03-2021	17-03-2021	Miércoles	15:30	17:30	Edificio de Periodismo - GU.4A	Pasillo del Profesorado
04-03-2021	18-03-2021	Jueves	15:30	17:30	Edificio de Periodismo - GU.4A	Pasillo de Profesorado
05-03-2021	19-03-2021	Viernes	15:30	17:30	Edificio de Periodismo - GU.4A	Pasillo del Profesorado
26-03-2021	30-07-2021	Viernes	09:00	15:00	Edificio de Periodismo - GU.4A	Pasillo de Profesorado
Observaciones:						

#### 4. Contextualización de la asignatura en el plan de estudio

Bloque formativo al que pertenece la asignatura: **Comunicación política**  
Perfil profesional:

#### 5. Competencias

#### Competencias Generales

**CG4** - Capacidad para la toma de decisiones a partir de habilidades y conocimientos adquiridos en contextos diversos y cambiantes del ejercicio profesional

**CG6** - Capacidad de generar formas innovadoras para comprender la realidad y resolver situaciones o problemas concretos dentro del ejercicio profesional

#### Competencias Básicas

**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 responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios

**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.

#### Competencias Específicas

**CE14** - Capacidad para idear, diseñar y ejecutar campañas de comunicación política y electoral, en el marco de una planificación estratégica e integral

## 6. Contenidos de la asignatura

#### Contenidos teóricos y prácticos de la asignatura

##### Bloque 1:

1. Evolución histórica de las campañas electorales
2. El proceso electoral: precampaña, campaña y resultados.
3. Dirección de campañas y marketing político.
4. La LOREG y la cobertura mediática

##### Bloque 2:

5. Espectacularización de la política e imagen de los políticos.
6. La puesta en escena (escenografía, cartelería, merchandising...)
7. Los debates electorales
8. Los spots televisivos.
9. El uso de las RRSS.

Actividades a desarrollar en otro idioma

**7. Metodología y volumen de trabajo del estudiante**

**Descripción**

Las actividades formativas son las siguientes:

- Clase teórica
- Clases prácticas (aula/sala de demostraciones/prácticas laboratorio)
- Trabajo (individual/grupal)
- Estudio/preparación clases prácticas y/o teóricas
- Preparación y realización de exámenes y/o pruebas de evaluación
- Asistencia a tutorías
- Exposiciones, debates y defensas de trabajos y proyectos

**Actividades formativas en créditos ECTS, su metodología de enseñanza-aprendizaje y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante**

Actividades formativas	Horas presenciales	Horas de trabajo autónomo	Total horas	Relación con competencias
Clases teóricas	13,50	0,00	13,5	[CB6], [CB7], [CB8]
Clases prácticas (aula / sala de demostraciones / prácticas laboratorio)	13,50	0,00	13,5	[CG4], [CG6], [CB9]
Realización de trabajos (individual/grupal)	0,00	30,00	30,0	[CG4], [CG6], [CB9], [CB10], [CE14]
Estudio/preparación de clases prácticas	0,00	13,00	13,0	[CG4], [CG6], [CB6], [CB7], [CB8], [CB9], [CB10]
Preparación de exámenes	0,00	2,00	2,0	[CB6], [CB7], [CB8], [CB9]
Realización de exámenes	0,50	0,00	0,5	[CB6], [CB7], [CB8], [CB9]
Asistencia a tutorías	1,00	0,00	1,0	[CG4], [CG6]
Exposiciones, debates y defensas de trabajos y proyectos	1,50	0,00	1,5	[CG4], [CG6], [CB9], [CB10]

Total horas	30,00	45,00	75,00	
		Total ECTS	3,00	

## 8. Bibliografía / Recursos

### Bibliografía Básica

ARROYO, L. (2012): El poder político en escena. Historia, estrategias y liturgias de la comunicación política. Barcelona. RBA

NAPOLITAN, J. (1986) "100 COSAS QUE HE APRENDIDO EN 30 AÑOS DE TRABAJO COMO ASESOR DE CAMPAÑAS ELECTORALES". Ponencia presentada en la 19 Conferencia anual de la Asociación Internacional de Asesores Políticos.

SANCHÍS, José Luis / MAGAÑA, Marcos (1999): Elecciones. Manual del Candidato. Madrid. AlyMar.

QUINTO TULLIO CICERÓN: Breviario de campaña electoral. Cuadernos del Acantilado

### Bibliografía Complementaria

BERROCAL, Salomé (ed.) (2017): Politainment. La política espectáculo en los medios de comunicación. Valencia. Tirant Humanidades.

CAPDEVILA, Arantxa (2004): El discurso persuasivo. La estructura retórica de los spots electorales en televisión. Barcelona. UAB. (En coedición con otras editoriales universitarias).

CASERO, Andreu (2018): "Investigación sobre información política y redes sociales: Puntos clave y retos de futuro", El profesional de la información, Vol. 27(5), 964-974.

CRESPO, Ismael / D'ADAMO, Orlando / GARCÍA BEAUDOUX, Virginia / MORA, Alberto (eds.) (2015): Diccionario enciclopédico de comunicación política. Madrid. Centro de Estudios Constitucionales – Asociación Latinoamericana de Investigadores en Campañas Electorales (ALICE).

COSTA, Pere-Oriol (ed.) (2008): Cómo ganar unas elecciones. Comunicación y movilización en las campañas electorales. Barcelona. Paidós.

DADER, José Luis (2017): "Ciberdemocracia o tecnopolítica de consumo popular. El papel de las nuevas tecnologías de la comunicación en la evolución de la democracia", en LARRONDO, Ainara (ed.) (2017): Claves del periodismo político y la comunicación estratégica en el escenario comunicativo convergente. Bilbao. Universidad del País Vasco.

EDELMAN, Murray (1991): La construcción del espectáculo político. Buenos Aires. Manantial. [V.O. Constructing The Political Spectacle. 1988. Chicago. University of Chicago Press.]

FERNÁNDEZ OBREGÓN, F.J (2015): "Comunicación política y televisión (desde la perspectiva de la España actual), Revista Opción, Vol. 31, num. 2, pp. 276-289.

GARCÍA MARÍN, Javier (2015): "La cobertura mediática de los debates electorales en España", Revista Española de Ciencia Política, nº 38: 135-161.

GARCÍA JIMÉNEZ, Antonio (2010): "Tipología del spot electoral: Una aproximación a partir de la campaña de 2008", Pensar la Publicidad, Vol. 4:2, 51-70.

HERRERO, Julio César (2019): Manual de marketing político. Madrid. Almuzara.

HERRERO, Julio César / RÖMER, Max (2014): Comunicación en campaña : dirección de campañas electorales y marketing político. Madrid. Pearson.

MAAREK, Philippe (ed. 2009): Marketing político y comunicación. Claves para una buena información política (v.o. 1995). Barcelona. Paidós. [Especialmente sección 2: Fundamentos del marketing político moderno]

MARTIN SALGADO, Lourdes (2002): Marketing político. Arte y ciencia de la persuasión en la democracia. Barcelona. Paidós.

PUJADAS, Eva (2016): "Las claves del storytelling político. El caso de la política pop", pp. 123-148 en SÁNCHEZ MEDERO, Rubén (ed.), Comunicación política. Nuevas dinámicas y ciudadanía permanente. Madrid. Tecnos.

RODRÍGUEZ ANDRÉS, Roberto / UREÑA, Daniel (2016): "Marketing Político 2.0: Estrategias digitales aplicadas a las campañas electorales", pp. 365-395, en SÁNCHEZ MEDERO, Rubén (ed.), Comunicación política. Nuevas dinámicas y ciudadanía permanente. Madrid. Tecnos.

RÚAS, José (2011): Manual del candidato electoral. Madrid. Catarata.

TEJEDOR, Rubén (2016): Consultoría política: diseño y gestión de campañas electorales. Madrid. Roble.

#### Otros Recursos

## 9. Sistema de evaluación y calificación

### Descripción

El alumnado deberá hacer un trabajo final que deberá entregar a la conclusión del cuatrimestre sobre una de estas categorías :

- Análisis de spots electorales
- Propuesta de cartelería.
- Estudio de la imagen de los candidatos.
- El estilo de los líderes políticos en RRSS

Este trabajo representa el 70% de la nota. El 30% restante será evaluado a través de la realización de tres breves ensayos a partir de las tres masterclass que se desarrollarán en el aula.

#### Estrategia Evaluativa

Tipo de prueba	Competencias	Criterios	Ponderación
Trabajos y proyectos	[CE14], [CB10], [CB9], [CB8], [CB7], [CB6], [CG6], [CG4]	Trabajo final del cuatrimestre a elegir sobre las cuatro opciones propuestas.  Los criterios utilizados para evaluar serán los siguientes: adecuación de los contenidos, originalidad y corrección en la redacción.	70,00 %
Resolución de casos, ejercicios y problemas	[CB9]	- Realización de tres ensayos basados en las 3 masterclass que se desarrollarán en clase (evaluación continua).  Los criterios utilizados para la evaluación serán: adecuación de los contenidos, manejo de los tecnicismos y corrección en la redacción.	30,00 %

#### 10. Resultados de Aprendizaje

RA14 - Llevar a cabo campañas de comunicación política y electoral, utilizando herramientas innovadoras, tras un proceso de diagnóstico y planificación.

#### 11. Cronograma / calendario de la asignatura

##### Descripción

Las clases presenciales de esta asignatura tienen una duración de tres semanas (a desarrollar entre el 3 y el 19 de marzo). El trabajo final se entregará a la conclusión del cuatrimestre. Los ensayos individuales se entregan una semana después de la realización de la masterclass.

##### Primer cuatrimestre

Semana	Temas	Actividades de enseñanza aprendizaje	Horas de trabajo presencial	Horas de trabajo autónomo	Total
Semana 1:			0.00	0.00	0.00
Semana 2:			0.00	0.00	0.00
Semana 3:			0.00	0.00	0.00



Semana 4:			0.00	0.00	0.00
Semana 5:			0.00	0.00	0.00
Semana 6:			0.00	0.00	0.00
Semana 7:			0.00	0.00	0.00
Semana 8:			0.00	0.00	0.00
Semana 9:			0.00	0.00	0.00
Semana 10:			0.00	0.00	0.00
Semana 11:			0.00	0.00	0.00
Semana 12:			0.00	0.00	0.00
Semana 13:			0.00	0.00	0.00
Semana 14:			0.00	0.00	0.00
Semana 15 a 17:			0.00	0.00	0.00
<b>Total</b>			<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>
<b>Segundo cuatrimestre</b>					
<b>Semana</b>	<b>Temas</b>	<b>Actividades de enseñanza aprendizaje</b>	<b>Horas de trabajo presencial</b>	<b>Horas de trabajo autónomo</b>	<b>Total</b>
Semana 1:			0.00	0.00	0.00
Semana 2:			0.00	0.00	0.00
Semana 3:			0.00	0.00	0.00
Semana 4:	Temas 1, 2 y 3.	- Masterclass sobre cobertura mediática y LOREG (realización de ensayo individual). - Preparación del trabajo final que presentará el/la alumno/a a la conclusión del cuatrimestre.	10.00	15.00	25.00
Semana 5:	Temas 4, 5 y 6	Masterclass sobre políticos y lenguaje no verbal (realización de ensayo individual)- - Preparación del trabajo final que presentará el/la alumno/a a la conclusión del cuatrimestre..	10.00	15.00	25.00
Semana 6:	Temas 7, 8 y 9	Masterclass sobre nuevas tendencias en escenografía electoral(realización de ensayo individual)- - Preparación del trabajo final que presentará el/la alumno/a a la conclusión del cuatrimestre..	10.00	15.00	25.00

Semana 7:			0.00	0.00	0.00
Semana 8:			0.00	0.00	0.00
Semana 9:			0.00	0.00	0.00
Semana 10:			0.00	0.00	0.00
Semana 11:			0.00	0.00	0.00
Semana 12:			0.00	0.00	0.00
Semana 13:			0.00	0.00	0.00
Semana 14:			0.00	0.00	0.00
Semana 15 a 17:			0.00	0.00	0.00
Total			30.00	45.00	75.00