

Escuela de Doctorado y Estudios de Posgrado

Máster Universitario en Innovación Comunicativa en las Organizaciones

GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA :

**Campañas electorales
(2023 - 2024)**

1. Datos descriptivos de la asignatura

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

2. Requisitos de matrícula y calificación

3. Profesorado que imparte la asignatura

Profesor/a Coordinador/a: FRANCISCO JOSE POMARES RODRIGUEZ
- Grupo:
General <ul style="list-style-type: none">- Nombre: FRANCISCO JOSE- Apellido: POMARES RODRIGUEZ- Departamento: Ciencias de la Comunicación y Trabajo Social- Área de conocimiento: Periodismo
Contacto <ul style="list-style-type: none">- Teléfono 1: 630026845- Teléfono 2:- Correo electrónico: fpomares@ull.es- Correo alternativo: fpomares.rs@gmail.com- Web: http://www.campusvirtual.ull.es

Tutorías primer cuatrimestre:						
Desde	Hasta	Día	Hora inicial	Hora final	Localización	Despacho
Todo el cuatrimestre		Miércoles	13:00	15:00	Edificio de Periodismo - GU.4A	sala profesores
Todo el cuatrimestre		Viernes	11:30	13:30	Aulario de Guajara - GU.1E	on line
Todo el cuatrimestre		Jueves	09:00	11:00	Edificio de Periodismo - GU.4A	sala profesores
Observaciones: En las tutorías en línea se hará uso de algunas de las herramientas institucionales disponibles para ello, preferentemente Google Meet, con la dirección del correo fpomares@ull.edu.es.						
Tutorías segundo cuatrimestre:						
Desde	Hasta	Día	Hora inicial	Hora final	Localización	Despacho
Todo el cuatrimestre		Miércoles	13:00	15:00	Edificio de Periodismo - GU.4A	sala profesores
Todo el cuatrimestre		Viernes	11:30	13:30	Aulario de Guajara - GU.1E	on line
Todo el cuatrimestre		Jueves	09:00	11:00	Edificio de Periodismo - GU.4A	sala profesores
Observaciones: En las tutorías en línea se hará uso de algunas de las herramientas institucionales disponibles para ello, preferentemente Google Meet, con la dirección del correo fpomares@ull.edu.es.						

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	[CE14], [CB8], [CB7], [CB6]
Clases prácticas (aula / sala de demostraciones / prácticas laboratorio)	13,50	0,00	13,5	[CE14], [CB9], [CG6], [CG4]
Realización de trabajos (individual/grupal)	0,00	30,00	30,0	[CE14], [CB10], [CB9], [CG6], [CG4]
Estudio/preparación de clases prácticas	0,00	13,00	13,0	[CE14], [CB10], [CB9], [CB8], [CB7], [CB6], [CG6], [CG4]
Preparación de exámenes	0,00	2,00	2,0	[CE14], [CB9], [CB8], [CB7], [CB6]
Realización de exámenes	0,50	0,00	0,5	[CB9], [CB8], [CB7], [CB6]
Asistencia a tutorías	1,00	0,00	1,0	[CE14], [CG6], [CG4]
Exposiciones, debates y defensas de trabajos y proyectos	1,50	0,00	1,5	[CE14], [CB10], [CB9], [CG6], [CG4]
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 Acanalado

Bibliografía Complementaria

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.

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.

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.

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.

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

Otros Recursos

9. Sistema de evaluación y calificación

Descripción

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

- Analisis 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 50% de la nota. El 50% restante se reparte de la siguiente forma: 45% (un 15% cada uno de los ensayos que deberán realizarse a partir de las tres masterclass que se desarrollarán en el aula) y un 5% que evalúa la participación en clase. **Los tres ensayos pueden ser entregados a la semana siguiente de la master class o conjuntamente con el trabajo final (coincidiendo con fecha de exámenes). Se puede renunciar a la evaluación continua a través del procedimiento habilitado en el aula virtual de la asignatura.**

El alumnado que elija la **evaluación única** deberá hacer el trabajo arriba explicado (50%) y el otro 50% deviene de la realización de tres breves ensayos sobre: Los medios de comunicación y la LOREG; La comunicación no verbal en la política; y La escenografía electoral. **La fecha límite de entrega coincidirá con las fechas determinadas para la realización de examen.**

NOTA IMPORTANTE: Dado que en esta asignatura no hay examen, y en virtud de la actualización de la normativa de la ULL, la realización de uno de los bloques de encomiendas (trabajo final y ensayos) no servirá para obtener la calificación de NO PRESENTADO en el supuesto de que se opte por postergar la entrega de uno de las dos partes. En el acta correspondiente se pondría la nota de SUSPENSO: Este criterio es de aplicación tanto para el alumnado que elija la evaluación continua como la única.

Nota para el alumnado de Quinta o posterior convocatoria

El alumnado que se encuentre en la quinta o posteriores convocatorias y desee ser evaluado por un Tribunal, deberá presentar una solicitud a través del procedimiento habilitado en la sede electrónica, dirigida **a la Dirección del Máster**. Dicha solicitud deberá realizarse con una antelación mínima de diez días hábiles al comienzo del periodo de exámenes”.

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.	50,00 %
Resolución de casos, ejercicios y problemas	[CE14], [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.	45,00 %

Participación	[CB7], [CB8], [CB9]	Participación activa en las clases y asistencia a las mismas	5,00 %
---------------	---------------------	--	--------

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.. El trabajo final se entregará a la conclusión del cuatrimestre. Los ensayos individuales se entregan una semana después de la realización de la masterclass. el alumnado que opte por evaluación única tienen de fecha para entregar todo el material el día determinado en el calendario de exámenes para la realización de las pruebas objetivas (si las hubiere).

Segundo 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:	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 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 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:			0.00	0.00	0.00
Semana 16 a 18:			0.00	0.00	0.00
Total			30.00	45.00	75.00