



UNAM

UNIVERSIDAD DEL
ATLÁNTICO MEDIO

Guía Docente

Comunicación y Política

Grado en Comunicación

MODALIDAD PRESENCIAL

Curso Académico 2024-2025

Índice

RESUMEN

DATOS DEL PROFESORADO

REQUISITOS PREVIOS

RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

CRONOGRAMA ORIENTATIVO DE LA ASIGNATURA

ACTIVIDADES FORMATIVAS

EVALUACIÓN

BIBLIOGRAFÍA

RESUMEN

Centro	Universidad del Atlántico Medio
Titulación	Comunicación
Asignatura	Comunicación y Política
Materia	Comunicación
Carácter	Formación Obligatoria
Curso	2º
Semestre	2
Créditos ECTS	6
Lengua de impartición	Castellano
Curso académico	2024-2025

DATOS DEL PROFESORADO

Responsable de Asignatura	Juan Manuel Chávez Rodríguez
Correo Electrónico	juanmanuel.chavez@pdi.atlanticomedio.es
Tutorías	De lunes a viernes bajo cita previa

REQUISITOS PREVIOS

Sin requisitos previos.

RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

Competencias básicas:

CB1

Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.

CB2

Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.

CB3

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.

CB4

Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

CB5

Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

Competencias generales:

CG1

Conocer los contextos, culturales, sociales, económicos y políticos necesarios que permitan relacionarse con la sociedad.

CG3

Saber elaborar, defender argumentos y resolver problemas en el ámbito del protocolo y la organización de eventos.

CG4

Desarrollar las habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía en el ámbito del protocolo y la organización de actos.

CG5

Comprender la realidad política y los hechos informativos que definen la actualidad.

CG6

Saber innovar en los métodos de autoaprendizaje y autoevaluación, siguiendo criterios de calidad.

Competencias transversales:

No existen datos.

Competencias específicas:

CE1

Entender los elementos de la comunicación en los ámbitos periodístico, publicitario y audiovisual a partir de las competencias propias según cada disciplina.

CE7

Desarrollar la capacidad para redactar textos, programas, presupuestos, guiones y todo tipo de documentos necesarios para la organización de un evento.

CE11

Capacidad para reflexionar sobre el panorama del universo comunicativo actual, considerando los mensajes como fruto de una sociedad determinada, producto de las condiciones sociopolíticas y culturales de un momento histórico determinado.

Cuando el estudiante supere esta asignatura será capaz de:

- Capacidad para dirigir la oficina de comunicación de una institución pública o privada.
- Capacidad para entender los elementos de la comunicación en los ámbitos periodístico, publicitario y audiovisual a partir de las competencias propias según cada disciplina.

CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

- Principios de Comunicación Política.
- Comunicación en la sociedad democrática mediática.
- Comunicación Electoral
- Comunicación de Partido.

Estos contenidos se desarrollarán por medio del siguiente programa:

Unidad 1. Principios de comunicación política

- ¿Qué es la comunicación política?
- Evolución de la comunicación en la historia
- Meta competencias de gobierno
- Efectos de la comunicación política en la sociedad democrática
- La nueva comunicación política
- Contextos y enfoques

Unidad 2. La comunicación formal e informal

- Estructura formal
- Cuando la comunicación formal se distorsiona
- Los debates sobre la verdad y la desinformación en la comunicación
- Definición, orígenes y detección de un rumor
- La disonancia cognoscitiva

Unidad 3. Comunicación corporativa

- Principios de la comunicación corporativa
- Las personas y la comunicación corporativa
- La práctica y riesgos de la comunicación corporativa
- Cómo afrontar la relación con los medios de comunicación social

Unidad 4. La comunicación interna corporativa

- Importancia de la comunicación interna
- Clases de comunicación interna
- Comunicación interna en el plan estratégico
- Canales de comunicación interna
- La práctica de la comunicación interna
- Sistemas de comunicación interna
- Ventajas y desventajas de la comunicación interna
- Hacia el plan de comunicación corporativa

Unidad 5. La comunicación externa corporativa

- Ideas generales
- Definiciones de comunicación externa
- El porqué de la comunicación externa
- Características de la comunicación externa
- Principios de comunicación externa
- Sistemas de desarrollo de comunicación externa

Unidad 6. El Plan de comunicación corporativa

- Principios básicos y contenidos Previos del Plan
- Destinatarios y objetivos del Plan
- Plan de acciones
- Aspectos para el Plan de comunicación interna y externa

Unidad 7. La comunicación de crisis

- ¿Qué es la comunicación de crisis?
- Causas por las que surgen las crisis
- Las fases de la crisis
- Por qué y a quién comunicar en una crisis
- Saber escuchar
- Construir coaliciones

CRONOGRAMA ORIENTATIVO DE LA ASIGNATURA

Unidad 1.

Principios de comunicación política

Semanas 1-3.

Unidad 2.

La comunicación formal e informal

Semanas 4-6.

Unidad 3.

Comunicación corporativa

Semanas 7-8.

Unidad 4.

La comunicación interna corporativa

Semanas 9-10.

Unidad 5.

La comunicación externa corporativa

Semanas 11-12.

Unidad 6.

El PCC: plan de comunicación corporativa

Semana 13.

Unidad 7.

La comunicación de crisis

Semana 14-16

ACTIVIDADES

- Se recibirá la visita (virtual o presencial) de una personalidad que experta en las materias que aborda la asignatura.
- Salida a un centro en Gran Canaria para una actividad sobre el temario que se desarrolla en la asignatura (actividad de cuatro horas en fecha por delimitar, de acuerdo con el calendario de la institución).

METODOLOGÍA

Método expositivo. Lección magistral

Estudio individual

Resolución de problemas

Metodología por proyectos

Tutoría presencial (individual y/o grupal)

Heteroevaluación, autoevaluación y coevaluación

ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS
Clases expositivas	39
Visitas a centros de interés	1
Proyectos y trabajos	3
Tutoría y seguimiento	5
Evaluación	9
Trabajo autónomo del alumno	81
Prácticas	8
Talleres	3
Estudios de casos	1

Las actividades formativas tienen un porcentaje de presencialidad del 100% a excepción del Trabajo Autónomo del Alumno.

Entre la segunda quincena de abril y la primera de mayo, en viernes, se hará una visita a un centro en Canarias para evaluar cuestiones que atañen a la asignatura.

Asimismo, a la largo del semestre se tendrá la oportunidad de escuchar a una experta e intercambiar impresiones con ella sobre su especialidad, todo lo cual está vinculado con el temario de la asignatura.

En cuanto a proyectos y trabajos del grupo de estudiantes, en la tercera semana de clases será presentado el proyecto de TFA; mientras que el TFA se presentará en la semana 17; finalmente, a mitad del semestre se llevará a cabo un proyecto sobre comunicación corporativa para aplicar los saberes de la asignatura a un ámbito empresarial que sea próximo al estudiante.

EVALUACIÓN

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	PORCENTAJE CALIFICACIÓN FINAL
Asistencia y participación activa	10%
Realización de trabajos y prácticas	25%
Pruebas de evaluación teórico-prácticas	65%

Sistemas de evaluación

El sistema de calificaciones (R.D. 1125/2003, de 5 de septiembre) será:

- 0 – 4,9 Suspenso (SS)
- 5,0 – 6,9 Aprobado (AP)
- 7,0 – 8,9 Notable (NT)
- 9,0 – 10 Sobresaliente (SB)

La mención de “matrícula de honor” podrá ser otorgada a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0. Se podrá conceder una matrícula por cada 20 alumnos o fracción.

Se aplicará el sistema de evaluación continua, en que se valorará de forma integral los resultados obtenidos por el estudiante.

Convocatoria ordinaria. El sistema de evaluación ordinario comprenderá:

1. Prueba de evaluación teórico-práctica, que supondrá el 65 % de la nota final de la asignatura. Constará de dos partes: i. Preguntas de tipo test con cuatro respuestas alternativas (50 % de la nota total de la prueba); ii. Preguntas de desarrollo, con casos para analizar (50 % de la nota final de la prueba).
2. Realización de trabajos prácticos, que supondrán el 25 % de la nota final de la asignatura. A lo largo de las semanas de clase, el alumnado deberá realizar dos proyectos y un TFA: i. Proyecto de TFA sobre un tema de la asignatura, previamente coordinado con el docente (5 % de la nota total de la evaluación práctica); ii. Trabajo individual monográfico, que incluirá una exposición oral utilizando métodos audiovisuales, sobre un tema que debe encajar con el marco temático de la asignatura.

Este es el TFA, que se sostiene en el proyecto antes defendido (15% de la nota total de la evaluación práctica). Iii. Un proyecto de comunicación corporativo que sea aplicable a una realidad concreta; este se presentará de forma oral y en formato audiovisual (10 % de la nota final de la evaluación práctica).

3. Asistencia y participación activa, que supone el 10 % de la nota final de la asignatura.

Es obligatoria la asistencia al 80 % de las horas lectivas de la asignatura. Asimismo, todos los trabajos entregados por el alumno durante el curso académico deben respetar el formato para la presentación de trabajos vigente en la universidad.

Convocatoria extraordinaria y siguientes

Si se ha suspendido alguna de las partes de la asignatura (participación y asistencia, evaluación o pruebas) se podrá volver a presentar en la convocatoria extraordinaria, manteniendo la nota de la parte superada en convocatoria ordinaria.

La prueba teórica-práctica mantendrá la estructura de la prueba en convocatoria ordinaria, si bien la evaluación será distinta por sus preguntas y opciones (65 % de la nota total). Los proyectos y TFA versarán sobre un tema distinto al trabajado previamente. Deberá consensuarse con el docente e incluir una exposición oral utilizando métodos audiovisuales. (25 % de la nota total). Todos los trabajos entregados por el alumno durante el curso académico deben respetar el formato para la presentación de trabajos vigente en la universidad.

Criterios de Calificación

Se aplicará el sistema de evaluación continua, donde se valorará de forma integral los resultados obtenidos por el estudiante, mediante los criterios de evaluación indicados, siempre que, el alumno haya asistido, como mínimo, **al 80% de las clases.**

En el caso de que los alumnos asistan a clase en un porcentaje inferior al 80%, el alumno no podrá presentarse a la convocatoria ordinaria.

Si el alumno no se presenta al examen en convocatoria oficial, figurará como “No Presentado” en actas.

Si el alumno no aprueba el examen de la asignatura, en actas aparecerá el porcentaje correspondiente a la calificación obtenida en la prueba.

Los alumnos podrán examinarse en convocatoria extraordinaria atendiendo al mismo sistema de evaluación de la convocatoria ordinaria.

El criterio de calificación general consiste en que cada tarea se valora con una calificación de 0 a 10. Para obtener la nota media final se deben haber superado cada uno de los apartados de la evaluación con una nota mínima igual o superior a 5 puntos.

Si el alumno no supera el trabajo final de la asignatura en convocatoria ordinaria deberá realizar otro trabajo completamente nuevo para la convocatoria extraordinaria. No podrá ser una modificación o mejora del trabajo no superado. Este trabajo será designado por el docente.

Si el alumno no tiene en cuenta lo indicado en el párrafo anterior, el trabajo presentado se considerará no apto, no superándose la asignatura.

Los trabajos realizados por los alumnos se pasarán por el *software* del Turnitin para detectar plagio. El porcentaje de coincidencia debe ser inferior al 20%.

BIBLIOGRAFÍA

Básica

- CICERÓN, M. T. (2024). *Ética para cada día. Guía para enfrentarse a los vericuetos de la vida moderna*. Barcelona: Austral.
- ERVITI ILUNDAIN, M. C. (2022). *Manual básico de comunicación corporativa*. 2.^a ed. Navarra: Ediciones Universidad de Navarra.
- MAZZOLENI, G. (ed.). (2024). *Introducción a la comunicación política*. Madrid: Alianza Editorial
- ROMERO RODRIGUEZ, L. M. (2020). *Manual de gestión de la comunicación corporativa*. Madrid: Tecnos.
- TOSCANO, Ch. (2023). *Manual de comunicación política local. Claves para diseñar una campaña electoral*. Huelva: Editorial Niebla.

Complementaria

- AMORÓS GARCÍA, M. (2018). *Fake News: La verdad de las noticias falsas*. Barcelona: Plataforma Editorial.
- ARISTÓTELES. (2011). *Política*. Barcelona: Austral.
- AA. VV. (2021). *Manual de comunicación política y estrategias de campaña*. Madrid: Biblos.
- BEL MALLÉN, I; PIN ARBOLEDAS, J. R. (2018). *Cuando las ostras necesitan orejas. Teoría y práctica de la comunicación política*. Navarra: Ediciones Universidad de Navarra.
- COLL, D.; CARREL, A. (2017). *¡En campaña! Manual de comunicación política en redes sociales*. Buenos Aires: Paidós Argentina.
- HERRERO, J. C. (2019). *Manual de marketing político: cómo afrontar una campaña electoral*. Córdoba: Editorial Almuzara.
- RID, T. (2021). *Desinformación y guerra política*. Barcelona: Crítica.
- SÁNCHEZ MEDERO, R. (director). (2016). *Comunicación política. Nuevas dinámicas ciudadanía permanente*. Madrid: Tecnos.
- SERRANO, P. (2020). *Desinformación. Cómo los medios ocultan el mundo*. Barcelona: Planeta.
- TUÑEZ LÓPEZ, M.; COSTA-SÁNCHEZ, C. (eds.). (2020). *Comunicación corporativa. Claves y escenarios*. Barcelona: Universitat Oberta de Catalunya.
- VAN DIJK. T. A. (2012). *Discurso y contexto. Un enfoque sociocognitivo*. Barcelona: Gedisa.