

TITULACIÓN: **GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS****DATOS BÁSICOS DE LA ASIGNATURA**

---

Nombre: **COMUNICACIÓN POLÍTICA**

Curso: CUARTO Semestre: 1º

Tipo:  Formación Básica  Obligatoria  Optativa

Créditos totales (LRU / ECTS): 6 Año del Plan de Estudio: 2010

**DESCRIPTORES**

---

“Comunicación Política” es una asignatura optativa que se enmarca en los últimos años del grado de Publicidad y Relaciones Públicas. Partiendo de que el alumnado ya ha cursado “Teoría e Historia de la Propaganda” y ha obtenido los conocimientos básicos sobre este campo de estudio, esta asignatura busca profundizar en el mundo de la Comunicación Política e Institucional. Aunque se ofrecen conocimientos teóricos fundamentales para la comprensión de la materia, “Comunicación Política” se define, sobre todo, por su corpus práctico, puesto que pretende acercar a los estudiantes a una realidad que afecta no sólo a la profesión, sino a la sociedad en su conjunto. Por tanto, podemos decir que el objetivo principal es dotar a los estudiantes de los conocimientos y competencias imprescindibles en todo profesional de la comunicación política, una parcela que entra dentro de las posibles salidas laborales del graduado en Publicidad y Relaciones.

**OBJETIVOS**

---

- Definir en qué consiste la comunicación política e institucional para poder diferenciarlas de otros tipos de comunicación.
- Conocer los vínculos entre política y medios de comunicación de masas.
- Obtener nociones básicas sobre los principales métodos y técnicas de investigación en comunicación política.
- Conocer la influencia de los medios, los partidos políticos y los grupos de presión en la configuración de la comunicación política e institucional.
- Dominar técnicas y estrategias para la correcta gestión de campañas de comunicación política.
- Analizar campañas políticas de actualidad, tanto a nivel nacional como internacional..

## **COMPETENCIAS**

---

### Competencias transversales genéricas:

G04. Toma de decisiones: capacidad para acertar al elegir en situaciones de incertidumbre, asumiendo responsabilidades. G05. Capacidad para la ideación, planificación, ejecución y evaluación de las campañas de comunicación.

G06. Orden y método: habilidad para la organización y temporalización de las tareas, realizándolas de manera ordenada adoptando con lógica las decisiones prioritarias en los diferentes procesos de una campaña de comunicación.

G07. Conciencia solidaria: respeto solidario por las diferentes personas y pueblos del planeta, así como conocimiento de las grandes corrientes culturales en relación con los valores individuales y colectivos y respeto por los derechos humanos.

G08. Fomentar el espíritu emprendedor.

G09. Fomentar y garantizar el respeto a los Derechos Humanos y a los principios de accesibilidad universal, igualdad, no discriminación y los valores democráticos y de la cultura de la paz. Que debe ser adscrita, al menos, al módulo de prácticas y trabajo de fin de grado y en todo caso a las asignaturas que contemplen contenidos de igualdad de género y/o derechos humanos, caso de que estén presentes en el plan de estudios.

### Competencias específicas:

E07. Conocer los principales planteamientos teóricos y prácticos de la Publicidad y las Relaciones Públicas como agentes para el cambio y las transformaciones sociales.

E15. Conocimiento del estado del mundo y de su evolución histórica reciente, con especial atención a Europa, Iberoamérica y el área mediterránea, así como de la comprensión de sus parámetros básicos (políticos, económicos y culturales)

E19. Conocimiento y estudio de los procesos psicosociales, cognitivos y emocionales de la comunicación. Conocimiento y análisis teórico de diferentes fenómenos comunicativos, con especial atención a sus relaciones con la comunicación empresarial.

E48. Saber cómo relacionarse con los medios de comunicación para un mejor rendimiento.

## **METODOLOGÍA Y TÉCNICAS DOCENTES**

---

### Actividades formativas presenciales:

96. Sesiones presenciales teóricas, prácticas o teórico-prácticas. Peso de la actividad 50-100%.
97. Sesiones presenciales de debate u otras actividades participativas. Peso de la actividad 0-50%.
98. Intervención de invitados expertos en las materias tratadas en la asignatura. Peso de la actividad 0-10%.

### Actividades formativas no presenciales:

99. Realización de trabajos y/o prácticas individuales o en grupo. Peso de la actividad 0-100%.
100. Otras actividades no presenciales. Peso de la actividad 0-50%.

## TEMARIO

---

1. Introducción a la comunicación política
2. Diferencias conceptuales entre comunicación política, publicidad política, marketing político y propaganda
3. El marco ideológico de la comunicación política actual
4. Medios de comunicación y política
5. Las campañas políticas y electorales
6. La publicidad política
7. Relaciones públicas políticas
8. Los efectos de la comunicación política

## TÉCNICAS DE EVALUACIÓN

---

Las calificaciones finales de valoración de adquisición de las competencias mínimas para superar este módulo serán de forma general o parcial:

96. Examen consistente en una prueba teórica y otra práctica. En conjunto supondrá un 0-100% de la calificación total. La posibilidad de su sustitución por una prueba oral solo se hará cuando sea imposible realizarla de forma escrita, manteniendo el mismo valor que ésta.
97. Trabajos teóricos y/o prácticos de autoría individual o colectiva, de carácter obligatorio o voluntario a criterio del docente. Podrán obtener entre 0 y 100% de la nota total
98. La asistencia y/o participación en clase y/o tutorías será considerada según el criterio del docente (0-20%)
99. Participación en actividades vía telemática: blogs,foros, plataformas virtuales, webs, social media, etc (0-20%).
100. El docente podrá emplear otros sistemas de evaluación en función de su criterio. En tal caso deberán constar en el proyecto docente, especificados y con su valor en la calificación final.