

Criterio 5. Estructura de las Enseñanzas

5.1.- Estructura de las enseñanzas

5.1.1.- Distribución del plan de estudios en créditos ECTS, por tipo de materia

Siguiendo las indicaciones del informe provisional elaborado por la ACSUG, se han modificado algunos aspectos de la planificación de las enseñanzas.

En primer lugar, y a fin de equilibrar la oferta de los módulos de optativas, el módulo 3 pasa a ser obligatorio, quedando como módulos optativos el 4 y 5, con una oferta total de 24 créditos ECTS, 12 en cada uno de los módulos. Se deben cursar en su totalidad los módulos obligatorios y un módulo optativo.

En segundo lugar, y como consecuencia de lo anterior, la distribución de créditos en cuatrimestres queda también equilibrada. En el primer cuatrimestre, el alumno debe cursar 30 créditos obligatorios, correspondientes a los tres primeros módulos, mientras que en el segundo debe cursar 12 créditos de los 24 optativos, el TFM (12 créditos obligatorios) y las prácticas externas (6 créditos obligatorios), lo que supone, a su vez, un total de 30 créditos ECTS.

Se asignan 6 créditos obligatorios a “Teoría y métodos en investigación”, y otros 6 a “Técnicas de investigación en marketing político y consultoría política”, a este respecto, y en relación con la alegación efectuada por la ACSUG, dicha asignación de un total de 12 créditos obligatorios a métodos y técnicas de investigación se justifica por tratarse de métodos y técnicas de investigación social, es decir, métodos y técnicas que se utilizan en el ámbito de la investigación social, y concretamente en el marketing político para el desarrollo del ejercicio profesional.

Por último, debemos señalar que la adquisición de competencias en los tres ámbitos del título (marketing, consultoría y comunicación política) queda garantizada tanto en los módulos teóricos, como en las materias optativas (módulo 4 y 5). En éstas se abordan aspectos fundamentales de la organización y desarrollo de las campañas electorales y de las campañas de comunicación de gobiernos, administraciones y organizaciones públicas y privadas, el papel específico del consultor y su relación con políticos y equipos directivos de estas organizaciones, y las técnicas e instrumentos propios del mundo de la consultoría.

La nueva distribución se ha realizado de la siguiente manera: 30 créditos ECTS de materias obligatorias, distribuidos en 3 materias, 6 créditos ECTS de una primera materia obligatoria sobre Teoría y Metodología avanzadas de Marketing y Comunicación Política, 12 créditos ECTS de una segunda materia obligatoria sobre Técnicas e Instrumentos de Marketing, Consultoría y Comunicación Política y una tercera de Marketing y Comunicación Institucional y de Gobierno de 12 créditos ECTS. La primera materia de carácter teórico-metodológico está compuesta por una única asignatura de 6 créditos ECTS, la segunda materia de carácter técnico-instrumental, por tres asignaturas, una asignatura de 6 créditos ECTS y dos de 3 créditos ECTS. La tercera materia obligatoria, sobre principios y elementos del marketing y la comunicación institucional y de gobierno consta de 4 asignaturas de 3 créditos ECTS cada una, sumando un total de 12 créditos ECTS. Además los estudiantes deben cursar una cuarta materia de 12 créditos ECTS, con una oferta de 24 que se distribuye en dos materias de 12 créditos cada una, con asignaturas optativas sobre Consultoría, Marketing y Comunicación en el ámbito político y más específicamente en el electoral. Será obligatorio completar alguno de estos dos módulos optativos en su totalidad para la obtención del título. Finalmente, los 18 créditos ECTS que completan el plan de estudios de la titulación corresponden al Trabajo Fin de Máster (12 ECTS) y al programa de prácticas externas (6 ECTS), ambos de carácter obligatorio.

TIPO DE MATERIA	CRÉDITOS (ECTS)
Obligatorias	30
Optativas	12
Trabajo Fin de Máster	12
Prácticas Externas Obligatorias	6
CRÉDITOS TOTALES	60

El reparto en las diferentes asignaturas se detalla en el siguiente cuadro:

MÁSTER UNIVERSITARIO EN MARKETING, CONSULTORÍA Y COMUNICACIÓN POLÍTICA	
Obligatorias (30 créditos obligatorios)	30
TEORÍA Y METODOLOGÍA AVANZADAS DE MARKETING Y COMUNICACIÓN POLÍTICA	
Teoría y métodos en investigación	6
TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE MARKETING, CONSULTORÍA Y COMUNICACIÓN POLÍTICA	
Técnicas de investigación en márketing político y consultoría política	6
Técnicas de comunicación política	3
Herramientas de marketing	3
MARKETING Y COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL Y DE GOBIERNO	
Marketing institucional	3
Política y comunicación 2.0	3
Comunicación institucional	3
Gestión de crisis	3
Optativas (12 créditos optativos)	12
CONSULTORIA, MARKETING Y COMUNICACIÓN POLÍTICO-ELECTORAL	
Planificación y dirección de campañas	3
El consultor y la gestión de campaña	3
Gobierno y campaña	3
Escenarios electorales	3
CONSULTORÍA POLÍTICA	
Consultoría en la administración pública	3
Herramientas en consultoría	6

Tipos de consultoría	3
Prácticas Externas	6
Trabajo Fin de Master (obligatorio)	12
Créditos Totales	60

Módulo/Materia	ECTS	Área	Rama
TEORÍA Y METODOLOGÍA AVANZADAS DE MARKETING Y COMUNICACIÓN POLÍTICA			
Teoría y métodos en investigación	6	Ciencia Política	Ciencias Sociales y Jurídicas
TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE MARKETING, CONSULTORÍA Y COMUNICACIÓN POLÍTICA			
Técnicas de investigación en marketing político y consultoría política	6	1. Ciencia Política 2. Sociología	Ciencias Sociales y Jurídicas
Técnicas de comunicación política	3	1. Ciencia Política 2. Periodismo	
Herramientas de marketing	3	Ciencia Política	
MARKETING Y COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL Y DE GOBIERNO			
Marketing institucional	3	Ciencia Política	Ciencias Sociales y Jurídicas
Política y comunicación 2.0	3	1. Ciencia Política 2. Periodismo	
Comunicación institucional	3	1. Ciencia Política 2. Periodismo 3. Comunicación Audiovisual	
Gestión de crisis	3	Ciencia Política	
CONSULTORIA, MARKETING Y COMUNICACIÓN POLÍTICO-ELECTORAL			
Planificación y dirección de campañas	3	Ciencia Política	Ciencias

El consultor y la gestión de campaña	3	1. Ciencia Política 2. Comunicación Audiovisual	Sociales y Jurídicas
Gobierno y campaña	3	Ciencia Política	
Escenarios electorales	3	Ciencia Política	
CONSULTORÍA POLÍTICA			
Consultoría en la administración pública	3	Ciencia Política	Ciencias Sociales y Jurídicas
Herramientas en consultoría	6	Ciencia Política	
Tipos de consultoría	3	Ciencia Política	

Las asignaturas serán objeto de seguimiento y actualización, a través de los mecanismos recogidos en el Sistema de Garantía de Calidad, sin variar su contenido esencial, con la finalidad de garantizar que el estudiante siempre aprenda y utilice los conocimientos, habilidades y técnicas más recientes.

A todo esto hay que añadir que se van a desarrollar una serie de actividades académicas complementarias, a través de la organización de visitas a organismos internacionales, ciclos de conferencias, seminarios y foros sobre temas vinculados al mundo de la comunicación, con la participación de personalidades y expertos de distintos ámbitos, especialmente para garantizar la permanente atención a los cambios normativos y de tendencias.

El Máster tiene una duración de un año académico en horario lectivo de lunes a viernes por la tarde (de 16:00 a 21:00). Durante el curso se combinarán varias metodologías docentes para facilitar la comprensión de los contenidos teóricos a través de los talleres, exposición y estudio de casos, así como de experiencias de profesionales y académicos de la Comunicación Estratégica y el marketing político.

Prácticas Externas

La Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la USC, posee una larga tradición de prácticas en empresas e instituciones de ámbito local y autonómico, como se puede comprobar en el listado adjunto a la memoria. En los más de diecisiete años de existencia, el número de alumnos que cada año realizan este tipo de prácticas se aproxima al centenar, lo que es indicativo de:

- a) La amplia demanda entre los estudiantes de este tipo de actividades formativas
- b) La efectiva capacidad de oferta de la Facultad.

En la actualidad disponemos de más de 60 convenios firmados (véase tabla inferior) para la realización de estas prácticas externas, con organismos instituciones y empresas que acogen incluso un máximo de cuatro alumnos repartidos en dos períodos anuales. A día de hoy ya se hicieron, y continúan haciéndose gestiones destinadas a cubrir las necesidades derivadas del carácter obligatorio de las prácticas de este título de Máster. El peso en créditos ECTS otorgado a las prácticas se deriva de:

- a) la utilidad que, de acuerdo con el nuevo modelo de enseñanza-aprendizaje, tiene para el estudiante la adquisición de competencias y habilidades relacionadas con el desempeño de los perfiles profesionales.
- b) la importancia de la dimensión profesional de las prácticas. Si atendemos a la diversidad de contenidos de los estudios, las prácticas representan la profesionalización de estos estudios en ámbitos concretos.
- c) La información de retorno que, a efectos docentes, supone para la Facultad, el estrecho contacto con el cambiante mundo profesional al que se incorporan nuestros graduados.

Las instituciones con las que la Facultad de Ciencias Políticas tiene convenios (que serán ampliados con las addendas correspondientes, en caso necesario) de colaboración para la realización de prácticas son las siguientes:

Consello de Contas de Galicia
Asociación “Máis Galiza”
Cámara Oficial de Comercio e Industria de Astorga
Fundación Internacional para Iberoamérica de Administración y Políticas Públicas
Fundación Galicia-Sempre
Instituto Galego de Análise e Documentación Internacional
Grupo Municipal do Partido Popular de Pontevedra
Quadernas Consultoría S.L.
Seminario Galego de Educación para a Paz
Universidad Internacional Menéndez Pelayo
Consellería de Presidencia, Administraciones Públicas y Justicia (Xunta de Galicia).
Federación Galega de Municipios e Provincias (FEGAMP) (Convenio marco al que están adheridos una treintena de Ayuntamientos y la Diputación de Pontevedra)
Partido Popular (PP)
Partido dos Socialistas de Galicia (PSdeG-PSOE)
Bloque Nacionalista Galego (BNG)
Confederación de Empresarios de Galicia (CEG)
Sondaxe
Obradoiro de Socioloxía
Consulado General de Uruguay
Consulado de Filipinas
Amarante
Asamblea de Cooperación pola Paz

Cruz Vermella
Fundación INTERED
Delegación Territorial de Lugo da Consellería do Mar
Fundación Deporte Galego
Demométrica
Fundación Santiago Rey-Fernández Latorre
Xavier Roig y Associats

Un listado que se verá ampliado a lo largo del próximo curso 2012-2013.

Por su parte el Instituto Universitario de Investigación Ortega y Gasset (IUIOG) pone a disposición de sus alumnos la posibilidad de realizar prácticas de formación con las siguientes entidades:

Academia de las Ciencias y las Artes de Televisión
Gabinete Uribe, S. L.
Editorial Ecoprensa
Agencia Aragonesa de Noticias S. L.
Europa Press
Ostos, Sola & Asociados
IMS Health, S. A.
Llorente & Cuenca
Asociación Latinoamericana de Investigadores en Campañas Electorales (ALICE)
La Región

Asociación Laboratorio de Comunicación Política
Noh Visual Effects S.L.

Todos estos convenios, tanto los de la USC como los del IUIOG, se remiten por correo electrónico siguiendo las indicaciones de la ACSUG, a la dirección verfica@acsug.es

Las prácticas externas se desarrollarán durante la segunda mitad del plan de estudios. El procedimiento de asignación de plazas en las prácticas se realizará mediante una convocatoria a principios de curso que recogerá la oferta total de plazas por instituciones/empresas para los alumnos matriculados en esta materia. Los alumnos elegirán la plaza en función de criterios que podrían ser la nota media del expediente, número de créditos superados, etc..., y se les asignará un tutor tanto en la institución como en la Facultad/Instituto para el seguimiento de las actividades desarrolladas en el periodo de prácticas.

La figura del Coordinador será la encargada de contactar con empresas, instituciones y gabinetes para que los estudiantes puedan, efectivamente, llevar a cabo una labor de aprendizaje en contacto directo con el mundo de la comunicación y la estrategia.

Los convenios los acuerda la Universidad de Santiago o el Departamento de Comunicación Política e Institucional del Instituto Universitario de Investigación Ortega y Gasset acudiendo a la base de datos del mismo.

También se lleva a cabo un seguimiento del desempeño laboral y práctico de los estudiantes mediante el contacto directo con los supervisores de cada organismo y empresa para observar el progreso de los becarios en prácticas.

Para asignar los contratos de prácticas se efectuará una comprobación de las tareas y funciones a desempeñar en cada caso, atendiendo al perfil curricular de cada solicitante y

según su disponibilidad. Además este proceso es bidireccional, pudiendo el estudiante en prácticas trasladar sus quejas e impresiones sobre el trato dispensado en la empresa o institución a fin de mejorar la relación de prácticas ofertadas.

En cuanto a la coordinación y evaluación, se resume en la ficha de la asignatura. A continuación detallamos el proceso de gestión y evaluación.

Todo periodo de prácticas en empresa u organizaciones, antes de su inicio, ha de ser aprobado por la coordinación del Máster, que confirmará la adecuación del contenido de las prácticas a los objetivos y competencias del Master. Una vez aprobadas las prácticas se asigna un Profesor-Tutor al estudiante, que será, preferentemente, el mismo que el del Trabajo Fin de Master.

Una vez finalizadas las prácticas, el estudiante deberá presentar a la coordinación dos documentos:

- Certificado de realización de prácticas, emitido por la empresa y donde se refleje las principales características de dicha práctica así como la valoración del desempeño del estudiante.
- Informe de finalización de prácticas, realizado por el estudiante, donde debe reflejar su experiencia y conocimientos, habilidades y actitudes desarrollados.

El Profesor-Tutor valida dichos documentos y califica el informe del estudiante.

Trabajo Fin de Máster

1. De acuerdo con la normativa en vigor (RD 1393/2007) los estudios de máster universitario han de concluir necesariamente con la elaboración y defensa pública de un trabajo de fin de master.
2. El número de créditos propuesto para este trabajo permite al estudiante profundizar en un tema de su interés, dedicándole el tiempo suficiente para producir un ensayo sustantivo y de calidad.

3. El Trabajo de Fin de Master, supervisado por un Tutor, permite al alumno desarrollar las capacidades de escritura, argumentación, análisis y exposición pública, fundamentales para los perfiles profesionales del Título.
4. Durante los últimos años, la experiencia acumulada de las prácticas realizadas por nuestros alumnos, tanto en organismos públicos como en empresas privadas, les permitió constatar la importancia que tiene para su futuro desarrollo profesional la capacidad de redactar informes sobre las materias propias de cada servicio, así como la capacidad analítica y práctica de interpretación y extracción de conclusiones de otros informes de los que han de dar cuenta.

Sistema de calificaciones

En todos los programas de la Universidad de Santiago de Compostela y del Instituto Universitario de Investigación Ortega y Gasset se aplica el sistema de calificaciones regulado en el Real Decreto 1125/2003. Este sistema es aplicable en su integridad, como es lógico, a la propuesta que se contiene en este documento.

Coordinación Docente

Los mecanismos de coordinación docente se incluyen en la Guía de la Actividad Docente, documento que se entrega al docente al incorporarse a la Universidad y que está disponible en la Web. La Decana de la Facultad de Ciencias Políticas es la responsable última de la coordinación docente de todas las titulaciones de posgrado que forman parte de la oferta docente de la facultad. Desempeña esta responsabilidad en estrecha colaboración con otras áreas de la Universidad y con el Instituto Universitario de Investigación Ortega y Gasset. El Máster tiene un Profesor-Coordinador responsable específico.

El establecimiento de calendario, horarios, dedicaciones y responsabilidades se ejerce en el Profesor-Coordinador del Máster.

- Reuniones de coordinación y evaluación académica interdepartamental

Además de las reuniones y seminarios de coordinación académica y científica de cada departamento de la Universidad, cada semestre se convocan al menos dos reuniones entre la facultad de Ciencias Políticas de la USC y el Instituto Universitario de Investigación Ortega y Gasset. Habitualmente, la Decana convoca cada año una reunión preparatoria del curso y otra de evaluación y coordinación académica en cada semestre.

En la reunión preparatoria del curso académico se ponen en común los programas de todas las asignaturas del curso, se describen las principales actividades de los semestres y se fijan los objetivos de docencia, por área de conocimiento (integración vertical) y por titulación (integración horizontal).

En la primera reunión de evaluación y coordinación académica interdepartamental, a mitad del primer semestre, se hace una primera evaluación conjunta del aprendizaje de los estudiantes en cada grupo, se detectan eventuales problemas, se encauzan y se delega en los Profesores-Coordinadores que informen a sus estudiantes sobre los cauces de solución de las incidencias que se hayan detectado.

La segunda reunión de coordinación y evaluación académica interdepartamental se convoca ordinariamente una semana después de los exámenes finales del semestre. En la fecha de la reunión, cada profesor ya ha entregado sus calificaciones finales y se debate el resultado académico de los estudiantes en cada grupo, se hacen firmes las calificaciones finales y se revisa el grado de cumplimiento de los objetivos de docencia o de aprendizaje.

Las reuniones de coordinación y evaluación académica no sólo sirven para calificar, sino también para armonizar los criterios sobre posibles mejoras de programación, modificación de la carga de trabajo, nuevos casos prácticos, etc. también se debate el grado de cumplimiento de la programación prevista y se proponen los cambios pertinentes para el curso siguiente.

- Reuniones de preparación y seguimiento con profesores

Adicionalmente a las reuniones de coordinación y evaluación descritas en el apartado anterior, el Profesor-Coordinador del Máster es responsable de la coordinación efectiva y en detalle de la impartición de la docencia. Para ello, el Profesor-Coordinador se reúne individualmente al menos dos veces por semestre con cada uno de los profesores, una vez al principio y otra vez después de terminada la actuación del profesor en la titulación. En dichas reuniones de trabajo se abordan asuntos como el programa de la asignatura, la coordinación de contenidos con otras asignaturas del Máster, para evitar solapamientos o reiteraciones no deseadas, la eficacia de las actividades formativas, la facilitación del intercambio de experiencias de unas materias a otras y los resultados de la evaluación del profesor por parte de los estudiantes, entre otros puntos de interés docente.

- Reuniones de preparación y seguimiento con tutores

De la misma forma, el Profesor-Coordinador del Máster se reúne individualmente con los Profesores-Tutores de Trabajo y con los Profesores-Tutores de las prácticas externas (que suele ser el mismo para cada estudiante), al menos dos veces durante el periodo en que tienen lugar dichas actividades docentes (en la práctica, estas reuniones se realizan con mayor frecuencia). En dichas reuniones, se hace un seguimiento individualizado del desarrollo e incidencias del desempeño de los estudiantes en la realización de los Trabajos y de las Prácticas Externas.

- Reuniones con el equipo de soporte de Trabajos

La Facultad de Ciencias Políticas y el Instituto Universitario de Investigación Ortega y Gasset cuentan con un equipo académico permanente para el seguimiento y el apoyo a los Trabajos Fin de Máster en las áreas de conocimiento transversal de los diferentes programas. Dicho equipo está formado por los Coordinadores de las áreas de comunicación, marketing, protocolo, metodología, historia y ciencias políticas. Los Profesores-Tutores de Trabajo pueden reunirse, siempre que lo soliciten, con el equipo de soporte.

Régimen de permanencia

El régimen de permanencia se contempla en la normativa en el Estatuto del Estudiante Universitario, aprobado por el Real Decreto 1791/2010, de 30 de diciembre, así como en la normativa básica para la ordenación del proceso de enseñanza/aprendizaje y de la evaluación del rendimiento académico de los estudiantes.

Planificación y gestión de la movilidad de estudiantes propios y de acogida

Planificación y gestión:

La movilidad de los/as estudiantes está regulada a través del “Reglamento de Intercambios Interuniversitarios” aprobado por el Consejo de Gobierno de la USC el 6 de febrero de 2008 y publicado en el Diario Oficial de Galicia el 26 de marzo.

(<http://www.usc.es/estaticos/normativa/pdf/regulinterinterunivest08.pdf>).

Su planificación y gestión se desarrolla a través del Vicerrectorado de Relaciones Institucionales y de la Oficina de Relaciones Exteriores de la Universidad, en coordinación con la Facultad a través de la “Unidad de apoyo a la gestión de centros y departamentos” (UAGCD) y del vicedecano/a responsable de programas de intercambio.

Actualmente, la Universidad de Santiago de Compostela ha puesto en marcha el Programa Xeral de Mobilidade Xan de Forcados, que engloba cada año los distintos instrumentos que pretenden fomentar la movilidad de los miembros de la comunidad universitaria con Universidades de América, Asia, Australia y Suiza, y que complementa los programas Sócrates-Erasmus, Erasmus Mundus y Sicue. Tiene como objetivo principal incrementar la eficiencia de las acciones de fomento de la movilidad desarrolladas por la Universidad.

Las facultades, además de los responsables citados arriba, cuenta con la colaboración de varios profesores/as que actúan como coordinadores académicos, y cuya función es tutorizar y asistir en sus decisiones académicas a los estudiantes propios y de acogida.

La selección de los candidatos se lleva a cabo, para cada convocatoria o programa, por una Comisión de Selección, compuesta por el decano o decana, el vicedecano o vicedecana responsable de programas de intercambio, el/la responsable de la UAGCD y los/as coordinadores académicos, de acuerdo con criterios de baremación, previamente establecidos, que tienen en cuenta el expediente académico, una memoria y, en su caso, las competencias en idiomas que exige la Universidad de destino.

La Universidad de Santiago de Compostela y el Instituto Universitario de Investigación Ortega y Gasset, con el doble propósito de imprimir un valor añadido a los programas que imparte, al mismo tiempo que proporciona una formación internacional a sus estudiantes, ofrecen a todos sus estudiantes la posibilidad de cursar una parte de sus estudios en una universidad extranjera. En un Máster de un año de duración, como es éste, no se ofrece tal posibilidad en este momento. No obstante, pasamos a comentar cómo funciona el sistema.

Información y atención a los y las estudiantes:

La Universidad, a través de la Oficina de Relaciones Exteriores, mantiene un sistema de información permanente a través de la web (<http://www.usc.es/ore>), que se complementa con campañas y acciones informativas específicas de promoción de las convocatorias.

Además, cuenta con recursos de apoyo para los estudiantes de acogida, tales como la reserva de plazas en las Residencias Universitarias, o el Programa de Acompañamiento de Estudiantes Estranxeiros (PAE) del Vicerrectorado de Relaciones Institucionales, a través del cual voluntarios/as de la USC realizan tareas de acompañamiento dirigidas a la integración en la ciudad y en la Universidad de los estudiantes de acogida.

En cuanto a los/as estudiantes de acogida, se organiza una sesión de recepción, al inicio de cada cuatrimestre, en la que se les informa y orienta sobre la Facultad y los estudios, al tiempo que se les pone en contacto con los coordinadores académicos, que actuarán como tutores, y el personal del Centro implicado en su atención.

Información sobre acuerdos y convenios de colaboración activos y convocatorias o programas de ayudas propios de la Universidad:

Se cuenta con acuerdos y convenios de intercambio con Universidades españolas, europeas y de países no europeos, a través de programas generales (Erasmus, SICUE) y de convenios bilaterales.

En cuanto a programas de ayudas a la movilidad propios de la Universidad de Santiago de Compostela, existen en la actualidad los siguientes:

Programa de becas de movilidad para Universidades de Estados Unidos y Puerto Rico integradas en la red ISEP.

Programa de becas de movilidad para Universidades de América, Asia y Australia con las que se tienen establecido convenio bilateral.

Programa de becas de movilidad Erasmus para Universidades de países europeos

Programa de becas de movilidad Erasmus Mundus External Cooperation Window (EMECW) para Universidades de Asia Central.

5.1.2. Descripción de los módulos o materias

Descripción de la materia principal 1

Denominación de la materia	Teoría y metodología avanzadas de marketing y comunicación política	Créditos ECTS	6	Carácter	Obligatorias
-----------------------------------	---	----------------------	---	-----------------	--------------

Unidad temporal	1er Cuatrimestre	Requisitos previos	Ninguno
------------------------	---------------------	-------------------------------	---------

Sistemas de evaluación

CRITERIO GENERAL PARA TODA LA TITULACIÓN:

La evaluación contemplará todos los aspectos integrados en la docencia, siendo una evaluación integral de toda la actividad del estudiante, y manteniendo el criterio de seriedad y rigor académico.

Habrà una prueba objetiva final en todas las asignaturas (que puntuará al menos un 50 % de la nota global) y se puntuarán también las actividades prácticas, los trabajos entregados, la participación en clase, exposiciones, etc.

Se muestra a continuación el esquema típico de evaluación de una asignatura, aunque los porcentajes asignados pueden variar según la asignatura.

FORMA DE EVALUACIÓN PREVISTA:

Convocatoria Ordinaria:

1.1. Participación, prácticas, proyectos	30%
1.2. Trabajos individuales o en grupo	20 %
1.3. Prueba objetiva final.	50 %

- Restricciones y explicación de la ponderación.

Para poder hacer media con las ponderaciones anteriores es necesario obtener al menos una calificación de 5 en la prueba objetiva final.

Convocatoria Segunda Oportunidad:

La calificación final de la convocatoria se obtiene como suma ponderada entre la nota de la prueba objetiva final de segunda oportunidad (70%) y las calificaciones obtenidas por prácticas y trabajos presentados en convocatoria ordinaria (30%), siempre que la nota de la prueba objetiva final extraordinaria sea igual o superior a 5.

Queda a criterio del profesor solicitar y evaluar de nuevo las prácticas o trabajos escritos, si estos no han sido entregados en fecha, no han sido aprobados o se desea mejorar la nota obtenida en convocatoria ordinaria.

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

COMPETENCIAS QUE ADQUIERE EL ESTUDANTE CON DICHA MATERIA:

Competencias Básicas: CB 1, CB 2, CB 3, CB 4, CB5.

Competencias Genéricas: CG 1, CG 2, CG 3, CG 4, CG 5, CG 6, CG 8, CG 9, CG 11.

Competencias Específicas: CE1, CE3, CE 4, CE5, CE6, CE7, CG 8, CE14, CE15.

Observaciones/aclaraciones por módulo o materia

Breve descripción del contenido:

Esta materia tiene como objetivo establecer las bases teóricas y metodológicas del estudio de la Comunicación Estratégica y el Marketing Político. Se estructura en una asignatura sola: "Teoría y métodos de investigación" cuyo contenido se describe posteriormente.

Descripción de las competencias específicas de la materia

A las competencias generales especificadas anteriormente, han de sumarse las siguientes competencias específicas de la materia:

1. Capacidad para conocer y manejar conceptos avanzados relativos a la política, la comunicación política y el marketing político.
2. Capacidad para conocer y manejar las relaciones entre la teoría y la práctica política, así como las metodologías más actuales en la interpretación de la sociedad, la política y la comunicación.
3. Capacidad para conocer y manejar los últimos avances en temas como la persuasión, las emociones,

- o el discurso político desde los que comprender la importancia del “political framing” o el “political branding” en la construcción del producto político y en su comunicación.
4. Capacidad para distinguir las diferencias entre marketing institucional, electoral o de servicios, reconociendo las aplicaciones del marketing político a cada uno de estos espacios.
 5. Capacidad para distinguir las diferencias entre la comunicación institucional, política y corporativa, así como conocer sus peculiaridades y diferencias y necesidades específicas en un contexto especializado.
 6. Capacidad para conocer, analizar e interpretar las diferentes etapas históricas del marketing y de la comunicación política, y realizar análisis de prospectiva en este campo de especialización.
 7. Capacidad para comprender y utilizar métodos avanzados y especializados de investigación propios de la comunicación política e institucional
 8. Capacidad para diseñar y desarrollar una investigación avanzada en el ámbito de la comunicación política y el marketing político.

Descripción de la asignatura 1.1

Denominación de la asignatura			
Teoría y métodos en investigación			
Créditos ECTS	6	Carácter	Obligatoria
<p>COMPETENCIAS QUE ADQUIERE EL ESTUDANTE CON DICHA ASIGNATURA:</p> <p>Competencias Básicas: CB 1, CB 2, CB 3, CB 4, CB5.</p> <p>Competencias Genéricas: CG 1, CG 2, CG 3, CG 4, CG 5, CG 6, CG 8, CG 9, CG 11.</p> <p>Competencias Específicas: CE1, CE3, CE 4, CE5, CE6, CE7, CG 8, CE14 , CE15.</p>			
<p>BREVE DESCRIPCIÓN DE SUS CONTENIDOS:</p> <p>Esta asignatura pretende guiar a los alumnos a través de las teorías avanzadas para la investigación en Ciencia Política y en Comunicación Política, y el vínculo existente entre Marketing, Comunicación y Democracia, así como a través de la metodología y diseños de investigación existentes, haciendo especial hincapié en la metodología comparada.</p> <p>Considerando que el resultado final de una investigación social es la generación de proposiciones teóricamente fundamentadas y sustentadas por pruebas empíricas (la conexión teoría-evidencia), en esta materia se expondrá lo lógica de los procesos de investigación asumiendo una perspectiva centrada en los elementos comunes a todos ellos, independientemente de la naturaleza cuantitativa o</p>			

cualitativa de las técnicas de recogida y de análisis de datos empleadas en cada investigación específica. Se hará hincapié en la conveniencia de recurrir a métodos mixtos de investigación, de cuyos carácter, ventajas y limitaciones se informará detalladamente.

Por otra parte, desde hace más de veinte años las investigaciones en neurociencia, psicología y otras disciplinas han procedido a desmontar una tras otra las bases de la concepción dicotómica de la política entre razón y pasión, mente y cuerpo. Y ello porque se ha verificado empíricamente: 1) que las acríticamente sobrevaloradas estrategias hiperracionalistas de razonamiento político (las de la economía neoclásica, por ejemplo) están plagadas de inconsistencias y debilidades; 2) que el pensamiento reflexivo funciona a menudo mediante marcos interpretativos; y 3) que es el sistema emocional del cerebro el que explica por qué la mente funciona mediante la conexión emoción/cognición y marcos interpretativos. Se ha puesto de relieve además, con evidencia creciente, que las emociones intervienen en la espiral de la razón y ayudan al proceso de razonamiento político en vez de perturbarlo, como se pensaba con anterioridad. Las emociones ejercen un profundo y predecible impacto en el juicio político, la toma de decisiones y el procesamiento de la información.

Desde estas premisas, este módulo aborda, desde planteamientos teóricos y metodológicos la necesidad que la democracia tiene del marketing y la comunicación política, hasta el punto de convertirse en una herramienta de construcción de la propia democracia. A tal efecto, resultan contenidos imprescindibles de este módulo: Teoría avanzada para la investigación en Ciencia Política. Teoría avanzada en Comunicación Política. Metodología y diseños de investigación. Metodología comparada. Comunicación y democracia. Marketing y democracia. Comunicación, persuasión y producción de preferencias políticas: aspectos teóricos. La mente política: intereses y emociones. Comunicación política, discurso y retórica. Political framing Political branding

ACTIVIDADES FORMATIVAS CON SU CONTENIDO EN CRÉDITOS ECTS, SU METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE Y SU RELACIÓN CON LAS COMPETENCIAS QUE DEBE ADQUIRIR EL ESTUDIANTE:

TRABAJO PRESENCIAL EN EL AULA	HORAS	TRABAJO PERSONAL DE EL ALUMNO	HORAS
Clases Expositivas	18	Estudio individual del alumno	50
Clases interactivas	24	Preparación de trabajos y exposiciones en grupo	25
Tutorías y tareas relacionadas con el objeto de estudio	6	Realización de trabajos individuales	25

Clases presenciales combinando la explicación magistral con la lectura comentada por parte de los alumnos/as de textos referenciados y casos prácticos.

Realización de trabajos individuales o colectivos tutorizados por el profesor. Los alumnos dispondrán de las horas de tutorías para consultar dudas y realizarán una exposición final de sus trabajos delante de los compañeros. Además se fijarán citas de tutorías con el fin de que el profesor pueda realizar una

evaluación continuada del desarrollo de los trabajos.

SISTEMA DE EVALUACIÓN DE LA ADQUISICIÓN DE LAS COMPETENCIAS Y SISTEMA DE CUALIFICACIONES DE ACUERDO CON LA LEGISLACIÓN VIGENTE:

Contemplará todos los aspectos integrados en la docencia. La parte teórica se evaluará en un examen final en el que se preguntará al alumno sobre los contenidos estudiados.

La evaluación se completará con la valoración de los trabajos, las exposiciones y prácticas realizadas a través del sistema de tutorías y, en general, la valoración de la participación de las actividades prácticas en las clases presenciales.

Descripción de la materia principal 2

Denominación de la materia	Técnicas e instrumentos de marketing, consultoría y comunicación política	Créditos ECTS	12	Carácter	Obligatorias
Unidad temporal	1er Cuatrimestre	Requisitos previos			Ninguno
Sistemas de evaluación					
<u>CRITERIO GENERAL PARA TODA LA TITULACIÓN:</u>					
La evaluación contemplará todos los aspectos integrados en la docencia, siendo una evaluación integral de toda la actividad del estudiante, y manteniendo el criterio de seriedad y rigor académico.					
Habrá una prueba objetiva final en todas las asignaturas (que puntuará al menos un 50 % de la nota global) y se puntuarán también las actividades prácticas, los trabajos entregados, la participación en clase, exposiciones, etc.					
Se muestra a continuación el esquema típico de evaluación de una asignatura, aunque los porcentajes					

asignados pueden variar según la asignatura.

FORMA DE EVALUACIÓN PREVISTA:

Convocatoria Ordinaria:

1.1. Participación, prácticas, proyectos	30%
1.2. Trabajos individuales o en grupo	20 %
1.3. Prueba objetiva final.	50 %

- Restricciones y explicación de la ponderación.

Para poder hacer media con las ponderaciones anteriores es necesario obtener al menos una calificación de 5 en la prueba objetiva final.

Convocatoria Segunda Oportunidad:

La calificación final de la convocatoria se obtiene como suma ponderada entre la nota de la prueba objetiva final de segunda oportunidad (70%) y las calificaciones obtenidas por prácticas y trabajos presentados en convocatoria ordinaria (30%), siempre que la nota de la prueba objetiva final extraordinaria sea igual o superior a 5.

Queda a criterio del profesor solicitar y evaluar de nuevo las prácticas o trabajos escritos, si estos no han sido entregados en fecha, no han sido aprobados o se desea mejorar la nota obtenida en convocatoria ordinaria.

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

COMPETENCIAS QUE ADQUIERE EL ESTUDANTE CON DICHA MATERIA:

Competencias Básicas: CB 1, CB 2, CB3, CB 4, CB 5.

Competencias Genéricas: CG 1, CG 2, CG 3, CG 5, CG 6, CG 7, CG 8, CG 9, CG 11, CG 12.

Competencias Específicas: CE1, CE 2, CE3, CE 4, CE 5, CE6, CE7, CE 8, CE 9, CE11, CE 12, CE15, CE16, CE17, CE18.

Observaciones/aclaraciones por módulo o materia

Breve descripción del contenido:

Esta materia tiene como objetivo dar a conocer

Para ello se estructura en tres asignaturas cuyo contenido se describe posteriormente:

- Técnicas de investigación (6 créditos ECTS)
- Técnicas de Comunicación Política (3 créditos ECTS)
- Herramientas de Marketing (3 créditos ECTS)

Descripción de las competencias específicas de la materia

A las competencias generales especificadas anteriormente, han de sumarse las siguientes competencias específicas de la materia:

1. Capacidad para manejar las técnicas cuantitativas y cualitativas aplicadas al estudio de casos en el marketing y la comunicación política.
2. Capacidad para la explotación de datos cuantitativos a través de cálculo estadístico avanzado.
3. Capacidad para manejar las técnicas para la elaboración y el análisis del discurso.
4. Capacidad de comprender y manejar las herramientas del marketing tradicional y online aplicadas a la comunicación y gestión estratégicas.
5. Capacidad para elaborar dossiers e informes.

Descripción de la asignatura 2.1

Denominación de la asignatura			
Técnicas de investigación en marketing político y consultoría política			
Créditos ECTS	6	Carácter	Obligatoria
COMPETENCIAS QUE ADQUIERE EL ESTUDANTE CON DICHA ASIGNATURA:			
Competencias Básicas: CB 1, CB 2, CB3, CB 4, CB 5.			
Competencias Genéricas: CG 1, CG 2, CG 3, CG 6, CG 7, CG 8, CG 9, CG 11, CG 12.			
Competencias Específicas: CE1, CE3, CE 4, CE 5, CE6, CE7, CE 8, CE 9, CE11, CE 12 CE15, CE16, CE17, CE18.			
BREVE DESCRIPCIÓN DE SUS CONTENIDOS:			
<p>Técnicas cuantitativas: La presentación de las técnicas cuantitativas de investigación se realizará en torno a cuatro ejes temáticos centrados en procesos que se combinan en la construcción de la evidencia empírica: los tipos de diseños de la investigación cuantitativa, la selección de los casos, especialmente a través del muestreo, el diseño de los instrumentos de medición y la recogida de datos.</p> <p>Técnicas cualitativas: se mostrarán los objetivos, las características, las ventajas y las limitaciones de las técnicas cualitativas de investigación para abordar los fenómenos sociales que suceden en escenarios naturales con un enfoque sensible al contexto y orientado a obtener un conocimiento de ellos caracterizado por la proximidad a agentes y escenarios, el detalle y la profundidad descriptivos y el potencial analítico para responder a las preguntas sobre el por qué y el cómo de tales fenómenos.</p> <p>Se hará especial hincapié en que los estudiantes manejen técnicas para el análisis del discurso, el tratamiento de la opinión pública en el contexto de la competición o la medición de la eficacia de la comunicación política.</p>			
ACTIVIDADES FORMATIVAS CON SU CONTENIDO EN CRÉDITOS ECTS, SU METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE Y SU RELACIÓN CON LAS COMPETENCIAS QUE DEBE ADQUIRIR EL ESTUDIANTE:			

TRABAJO PRESENCIAL EN EL AULA	HORAS	TRABAJO PERSONAL DE EL ALUMNO	HORAS
Clases Expositivas	18	Estudio individual del alumno	50
Clases interactivas	24	Preparación de trabajos y exposiciones en grupo	25
Tutorías y tareas relacionadas con el objeto de estudio	6	Realización de trabajos individuales	25

Clases presenciales combinando la explicación magistral con la lectura comentada por parte de los alumnos/as de textos referenciados y casos prácticos.

Realización de trabajos individuales o colectivos tutorizados por el profesor. Los alumnos dispondrán de las horas de tutorías para consultar dudas y realizarán una exposición final de sus trabajos delante de los compañeros. Además se fijarán citas de tutorías con el fin de que el profesor pueda realizar una evaluación continuada del desarrollo de los trabajos.

SISTEMA DE EVALUACIÓN DE LA ADQUISICIÓN DE LAS COMPETENCIAS Y SISTEMA DE CUALIFICACIONES DE ACUERDO CON LA LEGISLACIÓN VIGENTE:

Contemplará todos los aspectos integrados en la docencia. La parte teórica se evaluará en un examen final en el que se preguntará al alumno sobre los contenidos estudiados.

La evaluación se completará con la valoración de los trabajos, las exposiciones y prácticas realizadas a través del sistema de tutorías y, en general, la valoración de la participación de las actividades prácticas en las clases presenciales.

Descripción de la asignatura 2.2.

Denominación de la asignatura			
Técnicas de comunicación política			
Créditos ECTS	3	Carácter	Obligatoria

COMPETENCIAS QUE ADQUIERE EL ESTUDANTE CON DICHA ASIGNATURA:

Competencias Básicas: CB 1, CB 2, CB3, CB 4, CB 5.

Competencias Genéricas: CG 1, CG 2, CG 3, CG 5, CG 6, CG 7, CG 8, CG 9, CG 11.

Competencias Específicas: CE1, CE3, CE 4, CE6, CE7, CE 9, CE11, CE15.

BREVE DESCRIPCIÓN DE SUS CONTENIDOS:

Esta asignatura trata de abordar la comprensión y asimilación de las relaciones entre política y comunicación, profundizando en el análisis del papel de los medios de comunicación de masas en la política actual. Además, se introduce al alumno en el conocimiento de las distintas herramientas aplicadas a las estrategias de comunicación política en el ámbito de la comunicación institucional, de la comunicación electoral, y de la comunicación de los líderes. Por tanto, se analizará, la publicidad política, el discurso, la construcción del mensaje político (verbal y no verbal), el uso de la imagen y la de marca política (branding).

ACTIVIDADES FORMATIVAS CON SU CONTENIDO EN CRÉDITOS ECTS, SU METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE Y SU RELACIÓN CON LAS COMPETENCIAS QUE DEBE ADQUIRIR EL ESTUDIANTE:

TRABAJO PRESENCIAL EN EL AULA	HORAS	TRABAJO PERSONAL DE EL ALUMNO	HORAS
Clases Expositivas	9	Estudio individual del alumno	25
Clases interactivas	12	Preparación de trabajos y exposiciones en grupo	12.5
Tutorías y tareas relacionadas con el objeto de estudio	3	Realización de trabajos individuales	12.5

Clases presenciales combinando la explicación magistral con la lectura comentada por parte de los alumnos/as de textos referenciados y casos prácticos.

Realización de trabajos individuales o colectivos tutorizados por el profesor. Los alumnos dispondrán de las horas de tutorías para consultar dudas y realizarán una exposición final de sus trabajos delante de los compañeros. Además se fijarán citas de tutorías con el fin de que el profesor pueda realizar una evaluación continuada del desarrollo de los trabajos.

SISTEMA DE EVALUACIÓN DE LA ADQUISICIÓN DE LAS COMPETENCIAS Y SISTEMA DE CUALIFICACIONES DE ACUERDO CON LA LEGISLACIÓN VIGENTE:

Contemplará todos los aspectos integrados en la docencia. La parte teórica se evaluará en un examen final en el que se preguntará al alumno sobre los contenidos estudiados.

La evaluación se completará con la valoración de los trabajos, las exposiciones y prácticas realizadas a través del sistema de tutorías y, en general, la valoración de la participación de las actividades prácticas en las clases presenciales.

Descripción de la asignatura 2.3.

Denominación de la asignatura			
Herramientas de marketing			
Créditos ECTS	3	Carácter	Obligatoria
COMPETENCIAS QUE ADQUIERE EL ESTUDANTE CON DICHA ASIGNATURA:			
Competencias Básicas: CB 1, CB 2, CB3, CB 4, CB 5.			
Competencias Genéricas: CG 1, CG 2, CG 3, CG 6, CG 7, CG 8, CG 9, CG 11, CG 12.			
Competencias Específicas: CE1, CE 2, CE3, CE 4, CE 5, CE6, CE15.			
BREVE DESCRIPCIÓN DE SUS CONTENIDOS:			
Se trata de que el alumno conozca y comprenda cuáles son los principales instrumentos del marketing relacionados con el siguiente conjunto de actividades:			
<ol style="list-style-type: none">1. Análisis y valoración del entorno político2. Elaboración del Producto Político3. Comunicación del Producto Político.			
A partir de estos tres ejes de análisis, se aborda el conocimiento y manejo de las herramientas de trabajo en el marketing político: segmentación de electorados, identificación de targets, posicionamiento de líderes, diseño del producto político, gestión de la información y de la comunicación, elaboración de la agenda, etc.			
ACTIVIDADES FORMATIVAS CON SU CONTENIDO EN CRÉDITOS ECTS, SU METODOLOGÍA DE			

ENSEÑANZA-APRENDIZAJE Y SU RELACIÓN CON LAS COMPETENCIAS QUE DEBE ADQUIRIR EL ESTUDIANTE:

TRABAJO PRESENCIAL EN EL AULA	HORAS	TRABAJO PERSONAL DE EL ALUMNO	HORAS
Clases Expositivas	9	Estudio individual del alumno	25
Clases interactivas	12	Preparación de trabajos y exposiciones en grupo	12.5
Tutorías y tareas relacionadas con el objeto de estudio	3	Realización de trabajos individuales	12.5

Clases presenciales combinando la explicación magistral con la lectura comentada por parte de los alumnos/as de textos referenciados y casos prácticos.

Realización de trabajos individuales o colectivos tutorizados por el profesor. Los alumnos dispondrán de las horas de tutorías para consultar dudas y realizarán una exposición final de sus trabajos delante de los compañeros. Además se fijarán citas de tutorías con el fin de que el profesor pueda realizar una evaluación continuada del desarrollo de los trabajos.

SISTEMA DE EVALUACIÓN DE LA ADQUISICIÓN DE LAS COMPETENCIAS Y SISTEMA DE CUALIFICACIONES DE ACUERDO CON LA LEGISLACIÓN VIGENTE:

Contemplará todos los aspectos integrados en la docencia. La parte teórica se evaluará en un examen final en el que se preguntará al alumno sobre los contenidos estudiados.

La evaluación se completará con la valoración de los trabajos, las exposiciones y prácticas realizadas a través del sistema de tutorías y, en general, la valoración de la participación de las actividades prácticas en las clases presenciales.

Descripción de la materia principal 3

Denominación de la	Marketing y comunicación	Créditos ECTS	12	Carácter	Obligatoria
---------------------------	--------------------------	----------------------	----	-----------------	-------------

materia	institucional y de gobierno									
Unidad temporal	1 ^º Cuatrimestre	Requisitos previos	Ninguno							
Sistemas de evaluación										
<p><u>CRITERIO GENERAL PARA TODA LA TITULACIÓN:</u></p> <p>La evaluación contemplará todos los aspectos integrados en la docencia, siendo una evaluación integral de toda la actividad del estudiante, y manteniendo el criterio de seriedad y rigor académico.</p> <p>Habrà una prueba objetiva final en todas las asignaturas (que puntuará al menos un 50 % de la nota global) y se puntuarán también las actividades prácticas, los trabajos entregados, la participación en clase, exposiciones, etc.</p> <p>Se muestra a continuación el esquema típico de evaluación de una asignatura, aunque los porcentajes asignados pueden variar según la asignatura.</p> <p>FORMA DE EVALUACIÓN PREVISTA:</p> <p><u>Convocatoria Ordinaria:</u></p> <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 70%;">1.1. Participación, prácticas, proyectos</td> <td style="text-align: right;">30%</td> </tr> <tr> <td>1.2. Trabajos individuales o en grupo</td> <td style="text-align: right;">20 %</td> </tr> <tr> <td>1.3. Prueba objetiva final.</td> <td style="text-align: right;">50 %</td> </tr> </table> <p>- Restricciones y explicación de la ponderación.</p> <p>Para poder hacer media con las ponderaciones anteriores es necesario obtener al menos una calificación de 5 en la prueba objetiva final.</p>					1.1. Participación, prácticas, proyectos	30%	1.2. Trabajos individuales o en grupo	20 %	1.3. Prueba objetiva final.	50 %
1.1. Participación, prácticas, proyectos	30%									
1.2. Trabajos individuales o en grupo	20 %									
1.3. Prueba objetiva final.	50 %									

Convocatoria Segunda Oportunidad::

La calificación final de la convocatoria se obtiene como suma ponderada entre la nota de la prueba objetiva final de segunda oportunidad (70%) y las calificaciones obtenidas por prácticas y trabajos presentados en convocatoria ordinaria (30%), siempre que la nota de la prueba objetiva final extraordinaria sea igual o superior a 5.

Queda a criterio del profesor solicitar y evaluar de nuevo las prácticas o trabajos escritos, si estos no han sido entregados en fecha, no han sido aprobados o se desea mejorar la nota obtenida en convocatoria ordinaria.

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

COMPETENCIAS QUE ADQUIERE EL ESTUDANTE CON DICHA MATERIA:

Competencias Básicas: CB1, CB2, CB3, CB 4, CB5.

Competencias Genéricas: CG 1, CG 2, CG3, CG4, CG 5, CG6, CG 7, CG8, CG 9, CG10, CG 11, CG12.

Competencias Específicas: CE1, CE2, CE3, CE4, CE5, CE6, CE8, CE9, CE10, CE11, CE13, CE14 y CE15.

Observaciones/aclaraciones por módulo o materia

Breve descripción del contenido:

Esta materia tiene como objetivo dar a conocer los aspectos más relevantes de la comunicación institucional y de gobierno; aspectos fundamentales del desempeño profesional de la comunicación y el marketing político, como son la relación con los medios de comunicación, los aspectos éticos de la comunicación, el liderazgo y la comunicación política o el marketing y las estrategias de comunicación institucional.

Para ello se estructura en cuatro asignaturas cuyo contenido se describe posteriormente:

- Marketing institucional (3 créditos ECTS)
- Política y comunicación 2.0 (3 créditos ECTS)
- Comunicación institucional (3 créditos ECTS)
- Gestión de crisis (3 créditos ECTS)

Descripción de las competencias específicas de la materia
<p>A las competencias generales especificadas anteriormente, han de sumarse las siguientes competencias específicas:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Capacidad para gestionar equipos de comunicación y marketing institucional. 2. Capacidad para interactuar con los diferentes agentes de una organización involucrados en el diseño y gestión de los Planes de Comunicación y de Marketing Institucional. 3. Capacidad para asesorar a los líderes de las organizaciones en las habilidades y destrezas necesarias para una comunicación eficaz 4. Capacidad para entender el uso de los eventos como parte de los planes de marketing institucional. 5. Capacidad para diseñar y desarrollar eventos de marketing institucional 6. Capacidad de entender, analizar e interpretar los nuevos desarrollos de la comunicación online en un contexto de Web 2.0 como herramienta de marketing institucional. 7. Capacidad para diseñar planes de comunicación, implementarlos y evaluarlos involucrando los aspectos y componentes de la comunicación online. 8. Capacidad para conocer las actuales líneas del pensamiento estratégico aplicado a la gestión empresarial, institucional y de la comunicación 9. Capacidad para adquirir un conocimiento tanto horizontal como vertical de las diferentes facetas de la comunicación y el marketing institucional, tanto desde una perspectiva multidisciplinar como especializada de cada área. 10. Capacidad para adquirir habilidades para adaptarse al trabajo en equipos de comunicación integrados por personas de diversas disciplinas y/o liderarlos.

Descripción de la asignatura 3.1.

Denominación de la asignatura			
Marketing institucional			
Créditos ECTS	3	Carácter	Obligatoria
COMPETENCIAS QUE ADQUIERE EL ESTUDANTE CON DICHA ASIGNATURA:			
Competencias Básicas: CB1, CB2, CB3, CB 4, CB5.			
Competencias Genéricas: CG 1, CG 2, CG4, CG6, CG 7, CG8, CG 9, CG10, CG 11, CG12.			
Competencias Específicas: CE1, CE2, CE3, CE4, CE6, CE9, CE11, CE13 y CE15.			

BREVE DESCRIPCIÓN DE SUS CONTENIDOS:

Los puntos centrales de esta asignatura son: la estrategia y el marketing institucional; la comunicación política institucional y el marketing y comunicación de empresas.

Se estudiarán nociones avanzadas de la moderna mercadotecnia, sus funciones y aplicaciones, el “*tool box*” del marketing (anuncios, marketing directo, promociones, relaciones públicas, etc.), así como casos prácticos. Asimismo, se abordará el diseño de iniciativas y proyectos de marketing viral e interactivo, *e-mail marketing*, y el uso de las técnicas SEM (*Search Engine Marketing*) y SEO (*Search Engine Optimization*), además de otras estrategias de posicionamiento web y el estudio de metodologías de análisis de información de mercados para el desarrollo de campañas de marketing como sistemas de recomendación, sistemas de publicidad automática, sistemas de extracción de información o *sentiment analysis*, etc. Por último, se ocupará de las funciones del *community manager* o *social media manager*, encargados de gestionar el *marketing online (social media optimization)* y construir comunidades alrededor de una marca o institución.

ACTIVIDADES FORMATIVAS CON SU CONTENIDO EN CRÉDITOS ECTS, SU METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE Y SU RELACIÓN CON LAS COMPETENCIAS QUE DEBE ADQUIRIR EL ESTUDIANTE:

TRABAJO PRESENCIAL EN EL AULA	HORAS	TRABAJO PERSONAL DE EL ALUMNO	HORAS
Clases Expositivas	9	Estudio individual del alumno	25
Clases interactivas	12	Preparación de trabajos y exposiciones en grupo	12.5
Tutorías y tareas relacionadas con el objeto de estudio	3	Realización de trabajos individuales	12.5
		Otras tareas	1
TOTAL	24		51

Clases presenciales combinando la explicación magistral con la lectura comentada por parte de los alumnos/as de textos referenciados y casos prácticos.

Realización de trabajos individuales o colectivos tutorizados por el profesor. Los alumnos dispondrán de las horas de tutorías para consultar dudas y realizarán una exposición final de sus trabajos delante de los compañeros. Además se fijarán citas de tutorías con el fin de que el profesor pueda realizar una

evaluación continuada del desarrollo de los trabajos.

SISTEMA DE EVALUACIÓN DE LA ADQUISICIÓN DE LAS COMPETENCIAS Y SISTEMA DE CUALIFICACIONES DE ACUERDO CON LA LEGISLACIÓN VIGENTE:

Contemplará todos los aspectos integrados en la docencia. La parte teórica se evaluará en un examen final en el que se preguntará al alumno sobre los contenidos estudiados.

La evaluación se completará con la valoración de los trabajos, las exposiciones y prácticas realizadas a través del sistema de tutorías y, en general, la valoración de la participación de las actividades prácticas en las clases presenciales.

Descripción de la asignatura 3.2.

Denominación de la asignatura			
Política y Comunicación 2.0.			
Créditos ECTS	3	Carácter	Obligatoria
COMPETENCIAS QUE ADQUIERE EL ESTUDANTE CON DICHA ASIGNATURA:			
Competencias Básicas: CB1, CB2, CB3, CB 4, CB5.			
Competencias Genéricas: CG 1, CG 2, CG3, CG4, CG 5, CG6, CG 7, CG8, CG 9, CG10, CG 11, CG12.			
Competencias Específicas: CE1, CE2, CE4, CE5, CE6, CE8, CE10, CE11, CE14 y CE15.			
BREVE DESCRIPCIÓN DE SUS CONTENIDOS:			
Internet, sus redes sociales, y las nuevas tecnologías móviles, están modificando el comportamiento de los usuarios, el flujo de las influencias y las estructuras tradicionales de los mercados. La asignatura tratará de dar a conocer el manejo de las herramientas 2.0 apropiadas para el desarrollo de campañas de marketing y comunicación online; abordará el diseño y difusión de estrategias y mensajes en la red y en las redes sociales, y planteará la metodología para monitorizar y analizar los resultados obtenidos. Los contenidos, por tanto, abarcarán desde el diseño de portales institucionales, micro-sites, canales y plataformas audiovisuales (<i>YouTube</i>), difusión de vídeos y spots virales, transmisión de eventos, blogs y			

Twitter, redes sociales y comunidades virtuales como *MySpace*, *Facebook*, *LinkedIn*, etc.), aplicaciones para teléfonos móviles y envíos masivos de mensajes vía sms...

ACTIVIDADES FORMATIVAS CON SU CONTENIDO EN CRÉDITOS ECTS, SU METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE Y SU RELACIÓN CON LAS COMPETENCIAS QUE DEBE ADQUIRIR EL ESTUDIANTE:

TRABAJO PRESENCIAL EN EL AULA	HORAS	TRABAJO PERSONAL DE EL ALUMNO	HORAS
Clases Expositivas	9	Estudio individual del alumno	25
Clases interactivas	12	Preparación de trabajos y exposiciones en grupo	12.5
Tutorías y tareas relacionadas con el objeto de estudio	3	Realización de trabajos individuales	12.5
		Otras tareas	1
TOTAL	24		51

Clases presenciales combinando la explicación magistral con la lectura comentada por parte de los alumnos/as de textos referenciados y casos prácticos.

Realización de trabajos individuales o colectivos tutorizados por el profesor. Los alumnos dispondrán de las horas de tutorías para consultar dudas y realizarán una exposición final de sus trabajos delante de los compañeros. Además se fijarán citas de tutorías con el fin de que el profesor pueda realizar una evaluación continuada del desarrollo de los trabajos.

SISTEMA DE EVALUACIÓN DE LA ADQUISICIÓN DE LAS COMPETENCIAS Y SISTEMA DE CUALIFICACIONES DE ACUERDO CON LA LEGISLACIÓN VIGENTE:

Contemplará todos los aspectos integrados en la docencia. La parte teórica se evaluará en un examen final en el que se preguntará al alumno sobre los contenidos estudiados.

La evaluación se completará con la valoración de los trabajos, las exposiciones y prácticas realizadas a través del sistema de tutorías y, en general, la valoración de la participación de las actividades prácticas en las clases presenciales.

Descripción de la asignatura 3.3.

Denominación de la asignatura			
Comunicación institucional			
Créditos ECTS	3	Carácter	Obligatoria
COMPETENCIAS QUE ADQUIERE EL ESTUDANTE CON DICHA ASIGNATURA:			
Competencias Básicas: CB1, CB2, CB3, CB 4, CB5.			
Competencias Genéricas: CG 1, CG 2, CG3, CG4, CG 5, CG6, CG 7, CG8, CG 9, CG10, CG 11, CG12.			
Competencias Específicas: CE1, CE2, CE3, CE4, CE5, CE6, CE8, CE10, CE11, CE14 y CE15.			
BREVE DESCRIPCIÓN DE SUS CONTENIDOS:			
La comunicación entre los Poderes y Administraciones del Estado y los ciudadanos es un requisito esencial del comportamiento democrático, que en la democracia comunicativa cobra una relevancia incuestionable.			
El objetivo de la asignatura es el estudio de los contenidos propios de la comunicación institucional y el análisis de la gestión y los recursos de la actividad de comunicación desde los aspectos estratégicos, pedagógicos y funcionales en orden a incentivar la adhesión de los ciudadanos a los programas establecidos y su participación cooperativa en la gestión pública.			
Esta asignatura pretende trazar un panorama de las diferencias y similitudes existentes en los procesos comunicativos de Organizaciones, Instituciones y Empresas, habilitando al estudiante para responder ante ellas de forma coherente y eficaz. Prestando especial atención a la metodología, se pretende que el estudiante sea capaz de entender la importancia de generar un buen proceso comunicativo, que ayude a alcanzar de una forma más eficiente y eficaz los fines de distintos tipos de Instituciones, Organizaciones y Empresas.			
ACTIVIDADES FORMATIVAS CON SU CONTENIDO EN CRÉDITOS ECTS, SU METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE Y SU RELACIÓN CON LAS COMPETENCIAS QUE DEBE ADQUIRIR EL ESTUDIANTE:			

TRABAJO PRESENCIAL EN EL AULA	HORAS	TRABAJO PERSONAL DE EL ALUMNO	HORAS
Clases Expositivas	9	Estudio individual del alumno	25
Clases interactivas	12	Preparación de trabajos y exposiciones en grupo	12.5
Tutorías y tareas relacionadas con el objeto de estudio	3	Realización de trabajos individuales	12.5
		Otras tareas	1
TOTAL	24		51

Clases presenciales combinando la explicación magistral con la lectura comentada por parte de los alumnos/as de textos referenciados y casos prácticos.

Realización de trabajos individuales o colectivos tutorizados por el profesor. Los alumnos dispondrán de las horas de tutorías para consultar dudas y realizarán una exposición final de sus trabajos delante de los compañeros. Además se fijarán citas de tutorías con el fin de que el profesor pueda realizar una evaluación continuada del desarrollo de los trabajos.

SISTEMA DE EVALUACIÓN DE LA ADQUISICIÓN DE LAS COMPETENCIAS Y SISTEMA DE CUALIFICACIONES DE ACUERDO CON LA LEGISLACIÓN VIGENTE:

Contemplará todos los aspectos integrados en la docencia. La parte teórica se evaluará en un examen final en el que se preguntará al alumno sobre los contenidos estudiados.

La evaluación se completará con la valoración de los trabajos, las exposiciones y prácticas realizadas a través del sistema de tutorías y, en general, la valoración de la participación de las actividades prácticas en las clases presenciales.

Descripción de la asignatura 3.4.

Denominación de la asignatura

Gestión de crisis

Créditos ECTS	3	Carácter	Obligatoria
---------------	---	----------	-------------

COMPETENCIAS QUE ADQUIERE EL ESTUDANTE CON DICHA ASIGNATURA:

Competencias Básicas: CB1, CB2, CB3, CB 4, CB5.

Competencias Genéricas: CG 1, CG 2, CG3, CG4, CG 5, CG6, CG 7, CG8, CG 9, CG10, CG 11.

Competencias Específicas: CE2, CE3, CE4, CE8, CE9, CE10, CE11 y CE15.

BREVE DESCRIPCIÓN DE SUS CONTENIDOS:

En toda situación de crisis, y muy especialmente en las crisis agudas, el correcto empleo de los recursos de estratégicos de marketing y comunicación es un instrumento esencial para la gestión. La comprensión de los problemas por parte de los ciudadanos, y la correcta información sobre los objetivos y prioridades de las intervenciones, determinan el correcto comportamiento de los agentes implicados y constituyen una cuestión esencial para la participación de los ciudadanos en todo el proceso.

El objetivo de la asignatura es el estudio de la etiología de las crisis, los modelos de comunicación aplicables, la implicación de los líderes en los procesos de acción y comunicación, y el uso de los diferentes medios disponibles en cada caso. De manera especial se analizarán la influencia de los mensajes de contenido psicológico orientados a rebajar las tensiones que pueden generar dichos conflictos.

Además, ante crisis sobrevenidas debe de existir un protocolo de actuación preexistente que permita que la organización, empresa o institución actúe de forma rápida y coordinada. Esta asignatura pretende dotar al alumnado de las claves para la elaboración de dicho protocolo, tratando temas como la gestión de equipos, la acción-reacción y la minimización de riesgos. El contenido se extenderá a cuestiones como la anticipación y detección de crisis, cómo influye el liderazgo en una crisis, generación de alternativas, diseño e implementación de un manual de actuación de crisis, evaluación de daños, crisis como posibilidad de cambio de estrategias organizativas o institucionales, etc.

ACTIVIDADES FORMATIVAS CON SU CONTENIDO EN CRÉDITOS ECTS, SU METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE Y SU RELACIÓN CON LAS COMPETENCIAS QUE DEBE ADQUIRIR EL ESTUDIANTE:

TRABAJO PRESENCIAL EN EL AULA	HORAS	TRABAJO PERSONAL DE EL ALUMNO	HORAS
Clases Expositivas	9	Estudio individual del alumno	25

Clases interactivas	12	Preparación de trabajos y exposiciones en grupo	12.5
Tutorías y tareas relacionadas con el objeto de estudio	3	Realización de trabajos individuales	12.5
		Otras tareas	1
TOTAL	24		51

Clases presenciales combinando la explicación magistral con la lectura comentada por parte de los alumnos/as de textos referenciados y casos prácticos.

Realización de trabajos individuales o colectivos tutorizados por el profesor. Los alumnos dispondrán de las horas de tutorías para consultar dudas y realizarán una exposición final de sus trabajos delante de los compañeros. Además se fijarán citas de tutorías con el fin de que el profesor pueda realizar una evaluación continuada del desarrollo de los trabajos.

SISTEMA DE EVALUACIÓN DE LA ADQUISICIÓN DE LAS COMPETENCIAS Y SISTEMA DE CUALIFICACIONES DE ACUERDO CON LA LEGISLACIÓN VIGENTE:

Contemplará todos los aspectos integrados en la docencia. La parte teórica se evaluará en un examen final en el que se preguntará al alumno sobre los contenidos estudiados.

La evaluación se completará con la valoración de los trabajos, las exposiciones y prácticas realizadas a través del sistema de tutorías y, en general, la valoración de la participación de las actividades prácticas en las clases presenciales.

Descripción de la materia principal 4

Denominación de la materia	Consultoría, Marketing y comunicación político-electoral	Créditos ECTS	12	Carácter	Optativa
Unidad temporal	2º Cuatrimestre	Requisitos previos	Haber cursado las materias obligatorias		
Sistemas de evaluación					

CRITERIO GENERAL PARA TODA LA TITULACIÓN:

La evaluación contemplará todos los aspectos integrados en la docencia, siendo una evaluación integral de toda la actividad del estudiante, y manteniendo el criterio de seriedad y rigor académico.

Habrà una prueba objetiva final en todas las asignaturas (que puntuará al menos un 50 % de la nota global) y se puntuarán también las actividades prácticas, los trabajos entregados, la participación en clase, exposiciones, etc.

Se muestra a continuación el esquema típico de evaluación de una asignatura, aunque los porcentajes asignados pueden variar según la asignatura.

FORMA DE EVALUACIÓN PREVISTA:

Convocatoria Ordinaria:

1.1. Participación, prácticas, proyectos	30%
1.2. Trabajos individuales o en grupo	20 %
1.3. Prueba objetiva final.	50 %

- Restricciones y explicación de la ponderación.

Para poder hacer media con las ponderaciones anteriores es necesario obtener al menos una calificación de 5 en la prueba objetiva final.

Convocatoria Segunda Oportunidad:

La calificación final de la convocatoria se obtiene como suma ponderada entre la nota de la prueba objetiva final de segunda oportunidad (70%) y las calificaciones obtenidas por prácticas y trabajos presentados en convocatoria ordinaria (30%), siempre que la nota de la prueba objetiva final extraordinaria sea igual o superior a 5.

Queda a criterio del profesor solicitar y evaluar de nuevo las prácticas o trabajos escritos, si estos no han

sido entregados en fecha, no han sido aprobados o se desea mejorar la nota obtenida en convocatoria ordinaria.

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

COMPETENCIAS QUE ADQUIERE EL ESTUDANTE CON DICHA MATERIA:

Competencias Básicas: CB1, CB2, CB3, CB4, CB5.

Competencias Genéricas: CG1, CG2, CG 3, CG4, CG5, CG6, CG7, CG8, CG9, CG10, CG11, CG12.

Competencias Específicas: CE1, CE2, CE3, CE4, CE5, CE6, CE7, CE8, CE9, CE10, CE11, CE12, CE13, CE14, CE15, CE16.

Observaciones/aclaraciones por módulo o materia

Breve descripción del contenido:

Esta materia tiene como objetivo dar a conocer los aspectos más relevantes de la consultoría, el marketing y la comunicación político-electoral. Se debe explicar además, cuál es el papel específico del consultor/asesor en la planificación y gestión de campañas electorales, así como en las campañas de comunicación de los gobiernos, la campaña permanente.

Para ello se estructura en cuatro asignaturas cuyo contenido se describe posteriormente:

- Planificación y dirección de campañas (3 créditos ECTS)
- El consultor y la gestión de campaña (3 créditos ECTS)
- Gobierno y campaña (3 créditos ECTS)
- Escenarios electorales (3 créditos ECTS)

Descripción de las competencias específicas de la materia

A las competencias generales especificadas anteriormente, han de sumarse las siguientes competencias específicas:

1. Capacidad para obtener un conocimiento profundo de las distintas fases de la estrategia del marketing y las herramientas de gestión de la comunicación.
2. Capacidad para tomar decisiones derivadas de la planificación, programación y gestión de la estrategia del marketing político en un contexto electoral y de competición política
3. Capacidad para analizar los entornos políticos y elaborar diagnósticos electorales.
4. Capacidad para resolver problemas y conflictos relacionados con la planificación y desarrollo de la estrategia de campaña.
5. Capacidad para diseñar y elaborar un Plan de de Campaña desde un enfoque estratégico
6. Capacidad para gestionar e implementar un Plan de Campaña
7. Capacidad para evaluar *ex post* la eficacia de un Plan de Campaña
8. Capacidad para el desarrollo de estrategias de *branding* y de posicionamiento institucional y organizativo.

Descripción de la asignatura 4.1

Denominación de la asignatura			
Planificación y dirección de campañas			
Créditos ECTS	3	Carácter	Optativa
COMPETENCIAS QUE ADQUIERE EL ESTUDANTE CON DICHA ASIGNATURA:			
Competencias Básicas: CB1, CB2, CB3, CB4, CB5.			
Competencias Genéricas: CG1, CG2, CG 3, CG4, CG5, CG6, CG7, CG8, CG9, CG10, CG11, CG12.			
Competencias Específicas: CE1, CE3, CE4, CE6, CE7, CE8, CE9, CE10, CE11, CE13, CE14, CE15.			
BREVE DESCRIPCIÓN DE SUS CONTENIDOS:			
La competitividad y complejidad de los escenarios electorales en la actualidad, requieren de una mayor profesionalización de la figura del planificador y gestor de campañas electorales.			
Esta asignatura pretende dotar al estudiante de las técnicas más eficaces a la hora de planificar y dirigir campañas electorales. Los aspectos centrales que se tratarán tanto de forma teórica, como fundamentalmente práctica son, en primer lugar, la determinación de los espacios de competición			

política, en segundo lugar, el establecimiento de unos objetivos, y por último, el desarrollo de una estrategia de campaña. La planificación requiere de conocimientos en análisis electoral, normativa electoral e institucional, agenda política, funcionamiento de partidos y del sistema de partidos, liderazgo, etc.

ACTIVIDADES FORMATIVAS CON SU CONTENIDO EN CRÉDITOS ECTS, SU METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE Y SU RELACIÓN CON LAS COMPETENCIAS QUE DEBE ADQUIRIR EL ESTUDIANTE:

TRABAJO PRESENCIAL EN EL AULA	HORAS	TRABAJO PERSONAL DE EL ALUMNO	HORAS
Clases Expositivas	9	Estudio individual del alumno	25
Clases interactivas	12	Preparación de trabajos y exposiciones en grupo	12.5
Tutorías y tareas relacionadas con el objeto de estudio	3	Realización de trabajos individuales	12.5
		Otras tareas	1
TOTAL	24		51

Clases presenciales combinando la explicación magistral con la lectura comentada por parte de los alumnos/as de textos referenciados y casos prácticos.

Realización de trabajos individuales o colectivos tutorizados por el profesor. Los alumnos dispondrán de las horas de tutorías para consultar dudas y realizarán una exposición final de sus trabajos delante de los compañeros. Además se fijarán citas de tutorías con el fin de que el profesor pueda realizar una evaluación continuada del desarrollo de los trabajos.

SISTEMA DE EVALUACIÓN DE LA ADQUISICIÓN DE LAS COMPETENCIAS Y SISTEMA DE CUALIFICACIONES DE ACUERDO CON LA LEGISLACIÓN VIGENTE:

Contemplará todos los aspectos integrados en la docencia. La parte teórica se evaluará en un examen final en el que se preguntará al alumno sobre los contenidos estudiados.

La evaluación se completará con la valoración de los trabajos, las exposiciones y prácticas realizadas a través del sistema de tutorías y, en general, la valoración de la participación de las actividades prácticas en las clases presenciales.

Descripción de la asignatura 4.2.

Denominación de la asignatura			
El consultor y la gestión de campaña			
Créditos ECTS	3	Carácter	Optativa
COMPETENCIAS QUE ADQUIERE EL ESTUDANTE CON DICHA ASIGNATURA:			
Competencias Básicas: CB1, CB2, CB3, CB4, CB5.			
Competencias Genéricas: CG1, CG2, CG 3, CG4, CG6, CG7, CG8, CG9, CG10, CG11, CG12.			
Competencias Específicas: CE1, CE2, CE3, CE4, CE5, CE6, CE7, CE8, CE9, CE10, CE11, CE12, CE13, CE14, CE15, CE16.			
BREVE DESCRIPCIÓN DE SUS CONTENIDOS:			
Los contenidos de esta asignatura tratan sobre los siguientes aspectos de las campañas:			
<ol style="list-style-type: none">1. Fases de Campaña y Programación de acciones.2. Formación y dirección de equipos.3. Asesores internos y asesores externos. Cooperación y competición.4. Reclutamiento y organización de voluntarios5. Oficina del candidato.6. Financiación y captación de recursos.7. Gestión de eventos.			
ACTIVIDADES FORMATIVAS CON SU CONTENIDO EN CRÉDITOS ECTS, SU METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE Y SU RELACIÓN CON LAS COMPETENCIAS QUE DEBE ADQUIRIR EL ESTUDIANTE:			
TRABAJO PRESENCIAL EN EL AULA	HORAS	TRABAJO PERSONAL DE EL ALUMNO	HORAS
Clases Expositivas	9	Estudio individual del alumno	25

Clases interactivas	12	Preparación de trabajos y exposiciones en grupo	12.5
Tutorías y tareas relacionadas con el objeto de estudio	3	Realización de trabajos individuales	12.5
		Otras tareas	1
TOTAL	24		51

Clases presenciales combinando la explicación magistral con la lectura comentada por parte de los alumnos/as de textos referenciados y casos prácticos.

Realización de trabajos individuales o colectivos tutorizados por el profesor. Los alumnos dispondrán de las horas de tutorías para consultar dudas y realizarán una exposición final de sus trabajos delante de los compañeros. Además se fijarán citas de tutorías con el fin de que el profesor pueda realizar una evaluación continuada del desarrollo de los trabajos.

SISTEMA DE EVALUACIÓN DE LA ADQUISICIÓN DE LAS COMPETENCIAS Y SISTEMA DE CUALIFICACIONES DE ACUERDO CON LA LEGISLACIÓN VIGENTE:

Contemplará todos los aspectos integrados en la docencia. La parte teórica se evaluará en un examen final en el que se preguntará al alumno sobre los contenidos estudiados.

La evaluación se completará con la valoración de los trabajos, las exposiciones y prácticas realizadas a través del sistema de tutorías y, en general, la valoración de la participación de las actividades prácticas en las clases presenciales.

Descripción de la asignatura 4.3.

Denominación de la asignatura			
Gobierno y campaña			
Créditos ECTS	3	Carácter	Optativa

COMPETENCIAS QUE ADQUIERE EL ESTUDANTE CON DICHA ASIGNATURA:

Competencias Básicas: CB1, CB2, CB3, CB4, CB5.

Competencias Genéricas: CG1, CG2, CG 3, CG4, CG6, CG7, CG8, CG9, CG10, CG11, CG12.

Competencias Específicas: CE1, CE2, CE3, CE4, CE5, CE6, CE7, CE8, CE9, CE10, CE11, CE13, CE14, CE15.

BREVE DESCRIPCIÓN DE SUS CONTENIDOS:

La comunicación desde el gobierno: en un contexto complejo y cambiante, los gobiernos necesitan conciliar sus políticas con las demandas ciudadanas, de ahí la importancia del concepto de campaña permanente, en referencia a la necesidad de estar siempre atento a las exigencias del electorado, así como a la necesidad de explicar los logros del gobierno.

Pero antes de comunicar, los gobiernos tienen que construir el producto para la comunicación. Los tipos y modelos de producto político definen la tipología de los gobiernos y de sus líderes.; su capacidad para entrar en la agenda política o la velocidad y persistencia de cada producto político.

Desde esta perspectiva, la publicidad institucional, constituye también, un instrumento al servicio de los intereses de los gobiernos, de la optimización de las acciones de gobierno.

ACTIVIDADES FORMATIVAS CON SU CONTENIDO EN CRÉDITOS ECTS, SU METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE Y SU RELACIÓN CON LAS COMPETENCIAS QUE DEBE ADQUIRIR EL ESTUDIANTE:

TRABAJO PRESENCIAL EN EL AULA	HORAS	TRABAJO PERSONAL DE EL ALUMNO	HORAS
Clases Expositivas	9	Estudio individual del alumno	25
Clases interactivas	12	Preparación de trabajos y exposiciones en grupo	12.5
Tutorías y tareas relacionadas con el objeto de estudio	3	Realización de trabajos individuales	12.5
		Otras tareas	1
TOTAL	24		51

Clases presenciales combinando la explicación magistral con la lectura comentada por parte de los alumnos/as de textos referenciados y casos prácticos.

Realización de trabajos individuales o colectivos tutorizados por el profesor. Los alumnos dispondrán de las horas de tutorías para consultar dudas y realizarán una exposición final de sus trabajos delante de

los compañeros. Además se fijarán citas de tutorías con el fin de que el profesor pueda realizar una evaluación continuada del desarrollo de los trabajos.

SISTEMA DE EVALUACIÓN DE LA ADQUISICIÓN DE LAS COMPETENCIAS Y SISTEMA DE CUALIFICACIONES DE ACUERDO CON LA LEGISLACIÓN VIGENTE:

La parte teórica se evaluará en un examen final en el que se preguntará al alumno sobre los contenidos estudiados. El examen consistirá en el desarrollo de dos epígrafes de los que figuran en el programa de la materia y un comentario sobre un caso práctico breve.

La evaluación se completará con la valoración de las prácticas realizadas a través del sistema de tutorías y la valoración de la participación de las actividades prácticas en las clases presenciales.

Descripción de la asignatura 4.4.

Denominación de la asignatura			
Escenarios electorales			
Créditos ECTS	3	Carácter	Optativa
COMPETENCIAS QUE ADQUIERE EL ESTUDANTE CON DICHA ASIGNATURA:			
Competencias Básicas: CB1, CB2, CB3, CB4, CB5.			
Competencias Genéricas: CG1, CG2, CG 3, CG4, CG6, CG7, CG8, CG9, CG10, CG11, CG12.			
Competencias Específicas: CE1, CE4, CE7, CE9, CE11, CE13, CE14, CE15.			
BREVE DESCRIPCIÓN DE SUS CONTENIDOS:			
De contenido eminentemente práctico, mediante la utilización de estudios de caso, esta asignatura pretende ahondar en las problemáticas a las que, de forma habitual, tienen que hacer frente los directores de campañas, consultores, asesores y políticos antes de una elección.			
El análisis y la valoración de un escenario electoral se centra en los siguientes aspectos:			
<ol style="list-style-type: none">1. Conocimiento de percepciones y actitudes de los votantes.2. Identificación y valoración de los ejes de competición políticas: cuáles son los cleavages estructurales y coyunturales de la competición, cuáles son los temas del debate político			

- en relación con las demandas y preferencias de los electores
3. Conocimiento y valoración del liderazgo.
 4. Análisis del sistema de partidos. Relaciones de cooperación y de competición entre partidos.

ACTIVIDADES FORMATIVAS CON SU CONTENIDO EN CRÉDITOS ECTS, SU METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE Y SU RELACIÓN CON LAS COMPETENCIAS QUE DEBE ADQUIRIR EL ESTUDIANTE:

TRABAJO PRESENCIAL EN EL AULA	HORAS	TRABAJO PERSONAL DE EL ALUMNO	HORAS
Clases Expositivas	9	Estudio individual del alumno	25
Clases interactivas	12	Preparación de trabajos y exposiciones en grupo	12.5
Tutorías y tareas relacionadas con el objeto de estudio	3	Realización de trabajos individuales	12.5
		Otras tareas	1
TOTAL	24		51

Clases presenciales combinando la explicación magistral con la lectura comentada por parte de los alumnos/as de textos referenciados y casos prácticos.

Realización de trabajos individuales o colectivos tutorizados por el profesor. Los alumnos dispondrán de las horas de tutorías para consultar dudas y realizarán una exposición final de sus trabajos delante de los compañeros. Además se fijarán citas de tutorías con el fin de que el profesor pueda realizar una evaluación continuada del desarrollo de los trabajos.

SISTEMA DE EVALUACIÓN DE LA ADQUISICIÓN DE LAS COMPETENCIAS Y SISTEMA DE CUALIFICACIONES DE ACUERDO CON LA LEGISLACIÓN VIGENTE:

Contemplará todos los aspectos integrados en la docencia. La parte teórica se evaluará en un examen final en el que se preguntará al alumno sobre los contenidos estudiados.

La evaluación se completará con la valoración de los trabajos, las exposiciones y prácticas realizadas a través del sistema de tutorías y, en general, la valoración de la participación de las actividades prácticas en las clases presenciales.

Descripción de la materia principal 5

Denominación de la materia	Consultoría política	Créditos ECTS	12	Carácter	Optativa
Unidad temporal	Cuatrimestre	Requisitos previos	Haber cursado las materias obligatorias		
Sistemas de evaluación					
<p><u>CRITERIO GENERAL PARA TODA LA TITULACIÓN:</u></p> <p>La evaluación contemplará todos los aspectos integrados en la docencia, siendo una evaluación integral de toda la actividad del estudiante, y manteniendo el criterio de seriedad y rigor académico.</p> <p>Habrà una prueba objetiva final en todas las asignaturas (que puntuará al menos un 50 % de la nota global) y se puntuarán también las actividades prácticas, los trabajos entregados, la participación en clase, exposiciones, etc.</p> <p>Se muestra a continuación el esquema típico de evaluación de una asignatura, aunque los porcentajes asignados pueden variar según la asignatura.</p> <p>FORMA DE EVALUACIÓN PREVISTA:</p> <p><u>Convocatoria Ordinaria:</u></p> <p>1.1. Participación, prácticas, proyectos 30%</p> <p>1.2. Trabajos individuales o en grupo 20 %</p>					

1.3. Prueba objetiva final.

50 %

- Restricciones y explicación de la ponderación.

Para poder hacer media con las ponderaciones anteriores es necesario obtener al menos una calificación de 5 en la prueba objetiva final.

Convocatoria Segunda Oportunidad:

La calificación final de la convocatoria se obtiene como suma ponderada entre la nota de la prueba objetiva final de segunda oportunidad (70%) y las calificaciones obtenidas por prácticas y trabajos presentados en convocatoria ordinaria (30%), siempre que la nota de la prueba objetiva final extraordinaria sea igual o superior a 5.

Queda a criterio del profesor solicitar y evaluar de nuevo las prácticas o trabajos escritos, si estos no han sido entregados en fecha, no han sido aprobados o se desea mejorar la nota obtenida en convocatoria ordinaria.

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

COMPETENCIAS QUE ADQUIERE EL ESTUDANTE CON DICHA MATERIA:

Competencias Básicas: CB 1, CB 2, CB3, CB4, CB 5.

Competencias Genéricas: CG 1, CG2, CG3, CG 4, CG5, CG 6, CG7, CG 8, CG9, CG10, CG 11 y G12.

Competencias Específicas: CE2, CE3, CE4, CE5, CE6, CE7, CE9, CE11, CE12, CE13, CE15, CE16, CE17, CE18.

Observaciones/aclaraciones por módulo o materia

Breve descripción del contenido:

Esta materia tiene como objetivo mostrar los aspectos de la comunicación y el marketing político desde el punto de vista de su aplicación al mundo de la empresa y la consultoría políticas.

Para ello se estructura en tres asignaturas cuyo contenido se describe posteriormente:

- Consultoría en la administración pública (3 créditos ECTS)
- Técnicas y herramientas en consultoría (6 créditos ECTS)
- Tipos y técnicas de consultoría (3 créditos ECTS)

Descripción de las competencias específicas de la materia

A las competencias generales especificadas anteriormente, han de sumarse las siguientes competencias específicas:

1. Capacidades técnicas de asesoramiento y detección de problemas en el marco del marketing público.
2. Capacidad para diferenciar las distintas modalidades de administraciones y empresas públicas y de sus diferentes demandas de servicios externos.
3. Capacidad para trabajar individualmente y en equipo para la realización de proyectos multidisciplinares.
4. Capacidad para comunicarse interorganizativamente y adaptarse a horizontes temporales y administrativos distintos.

Descripción de la asignatura 5.1.

Denominación de la asignatura			
Consultoría en la administración pública			
Créditos ECTS	3	Carácter	Optativa
COMPETENCIAS QUE ADQUIERE EL ESTUDANTE CON DICHA ASIGNATURA:			
Competencias Básicas: CB 1, CB 2, CB3, CB4, CB 5.			

Competencias Genéricas: CG 1, CG2, CG 4, CG5, CG 6, CG7, CG 8, CG9, CG10, CG11 y G12.

Competencias Específicas: CE2, CE3, CE4, CE6, CE11, CE12, CE13, CE15, CE16, CE17, CE18.

BREVE DESCRIPCIÓN DE SUS CONTENIDOS:

Esta asignatura pretende transmitir el contexto en el que se desarrolla la labor de consultoría en el sector público, hacer comprender la evolución de este sector y el rol reservado a la actividad de consultoría; dotar al alumno de los conocimientos y las habilidades que requieren internamente la creación y gestión de un equipo consultor y, externamente, la relación y coordinación con otros órganos de la Administración; y, finalmente, capacitar para la gestión de las relaciones con los clientes. Para ello se hace hincapié en tres aspectos claves:

El papel del consultor en la Administración Pública

- La actividad de consultoría en el contexto de los enfoques de gestión pública
- El rol de la consultoría interna / externa en la estructura y funciones de las Administraciones
- El entorno del sector público: retos y oportunidades para la actividad de consultoría
- Principales áreas de intervención

Habilidades Directivas

- Detección de carencias y desarrollo de habilidades de liderazgo
- Liderazgo y jerarquía
- Estilo de liderazgo, estructura, motivación y cultura
- Construcción de equipos
- Liderazgo y cambio

Gestión de clientes

- Enfoques de la relación con los clientes: Operativa, colaboración y análisis
- Segmentación y factores de fidelización

- Generación de valor, prestación de servicios y satisfacción
- Atención al cliente: Gestión de incidentes
- Gestión de quejas y sugerencias

ACTIVIDADES FORMATIVAS CON SU CONTENIDO EN CRÉDITOS ECTS, SU METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE Y SU RELACIÓN CON LAS COMPETENCIAS QUE DEBE ADQUIRIR EL ESTUDIANTE:

TRABAJO PRESENCIAL EN EL AULA	HORAS	TRABAJO PERSONAL DE EL ALUMNO	HORAS
Clases Expositivas	9	Estudio individual del alumno	25
Clases interactivas	12	Preparación de trabajos y exposiciones en grupo	12.5
Tutorías y tareas relacionadas con el objeto de estudio	3	Realización de trabajos individuales	12.5
		Otras tareas	1
TOTAL	24		51

Clases presenciales combinando la explicación magistral con la lectura comentada por parte de los alumnos/as de textos referenciados y casos prácticos.

Realización de trabajos individuales o colectivos tutorizados por el profesor. Los alumnos dispondrán de las horas de tutorías para consultar dudas y realizarán una exposición final de sus trabajos delante de los compañeros. Además se fijarán citas de tutorías con el fin de que el profesor pueda realizar una evaluación continuada del desarrollo de los trabajos.

SISTEMA DE EVALUACIÓN DE LA ADQUISICIÓN DE LAS COMPETENCIAS Y SISTEMA DE CUALIFICACIONES DE ACUERDO CON LA LEGISLACIÓN VIGENTE:

Contemplará todos los aspectos integrados en la docencia. La parte teórica se evaluará en un examen final en el que se preguntará al alumno sobre los contenidos estudiados.

La evaluación se completará con la valoración de los trabajos, las exposiciones y prácticas realizadas a través del sistema de tutorías y, en general, la valoración de la participación de las actividades prácticas

en las clases presenciales.

Descripción de la asignatura 5.2.

Denominación de la asignatura			
Herramienta de consultoría			
Créditos ECTS	6	Carácter	Optativa
COMPETENCIAS QUE ADQUIERE EL ESTUDANTE CON DICHA ASIGNATURA:			
Competencias Básicas: CB 1, CB 2, CB3, CB4, CB 5.			
Competencias Genéricas: CG 1, CG2, CG3, CG4, CG5, CG6, CG7, CG 8, CG9, CG10, CG11 y G12.			
Competencias Específicas: CE4, CE5, CE6, CE7, CE9, CE11, CE12, CE13, CE15, CE16, CE18.			
BREVE DESCRIPCIÓN DE SUS CONTENIDOS:			
<p>Esta asignatura combina la dotación de competencias ligadas al diseño, organización, desarrollo y gestión de proyectos junto con las habilidades necesarias para establecer la infraestructura necesaria para llevar a cabo la labor de consultoría y las técnicas habitualmente empleadas en ella.</p>			
<p>1. Diseño de proyectos</p> <ul style="list-style-type: none">- Planteamiento del problema y diagnóstico- Selección de opciones y definición de objetivos- Plan de actividades- Acuerdos consultor-cliente- Conocimientos técnicos y variables gerenciales, humanas y ambientales.- Organización del departamento / equipo de consultoría			

- Marketing interno

2. Técnicas de consultoría I

- Fuentes de información
- Técnicas de captura de datos
- Técnicas de análisis de información
- Análisis de problemas y toma de decisiones

3. Técnicas de consultoría II

- Técnicas de generación de soluciones
- Técnicas de planificación

4. Construir un informe

- Aspectos técnicos previos: bitácoras y mecanismos de seguimiento y *feed-back*
- Estilo y formato
- Estructura introductoria: Título; Contexto, propósito, objetivos y método
- Estructura expositiva principal: Exposición de resultados, inserción gráficos.
- Interpretación de resultados y elaboración de conclusiones.
- Anexos
- Resumen ejecutivo y presentaciones

ACTIVIDADES FORMATIVAS CON SU CONTENIDO EN CRÉDITOS ECTS, SU METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE Y SU RELACIÓN CON LAS COMPETENCIAS QUE DEBE ADQUIRIR EL ESTUDIANTE:

TRABAJO PRESENCIAL EN EL AULA	HORAS	TRABAJO PERSONAL DE EL ALUMNO	HORAS
Clases Expositivas	18	Estudio individual del alumno	50
Clases interactivas	24	Preparación de trabajos y exposiciones en grupo	25
Tutorías y tareas relacionadas con el objeto de estudio	6	Realización de trabajos individuales	25

Clases presenciales combinando la explicación magistral con la lectura comentada por parte de los alumnos/as de textos referenciados y casos prácticos.

Realización de trabajos individuales o colectivos tutorizados por el profesor. Los alumnos dispondrán de las horas de tutorías para consultar dudas y realizarán una exposición final de sus trabajos delante de los compañeros. Además se fijarán citas de tutorías con el fin de que el profesor pueda realizar una evaluación continuada del desarrollo de los trabajos.

SISTEMA DE EVALUACIÓN DE LA ADQUISICIÓN DE LAS COMPETENCIAS Y SISTEMA DE CUALIFICACIONES DE ACUERDO CON LA LEGISLACIÓN VIGENTE:

Contemplará todos los aspectos integrados en la docencia. La parte teórica se evaluará en un examen final en el que se preguntará al alumno sobre los contenidos estudiados.

La evaluación se completará con la valoración de los trabajos, las exposiciones y prácticas realizadas a través del sistema de tutorías y, en general, la valoración de la participación de las actividades prácticas en las clases presenciales.

Descripción de la asignatura 5.3.

Denominación de la asignatura			
Tipos de consultoría			
Créditos ECTS	3	Carácter	Optativa
COMPETENCIAS QUE ADQUIERE EL ESTUDANTE CON DICHA ASIGNATURA:			

Competencias Básicas: CB 1, CB 2, CB3, CB4, CB 5.

Competencias Genéricas: CG 1, CG2, CG 4, CG5, CG 6, CG7, CG 8, CG9, CG10, CG11 y G12.

Competencias Específicas: CE2, CE3, CE4, CE6, CE11, CE12, CE13, CE15, CE16, CE17, CE18.

BREVE DESCRIPCIÓN DE SUS CONTENIDOS:

Esta asignatura aborda las técnicas utilizadas en los diferentes tipos de consultoría política, haciendo especial referencia a los tipos de consultoría específica más habituales:

La consultoría medioambiental y energética (estudios de impacto ambiental, informes de sostenibilidad, estudios hidrológicos, declaraciones de residuos peligrosos, planes de eficiencia energética,...).

La consultoría de calidad, orientada al cumplimiento de las normas de calidad (ISO 9001, ISO 14001, EFQM, Q de calidad turística,...).

La consultoría de políticas públicas en general, especialmente la orientada a la planificación y gestión de políticas sociales y de igualdad (planes de igualdad, planes de accesibilidad, de integración de personas en riesgo de exclusión,...).

La consultoría internacional, soluciones de internacionalización en el ámbito de las políticas y de las relaciones de cooperación internacional a nivel institucional y empresarial (planificación y gestión de proyectos de cooperación internacional, presentación de proyectos para la consecución de financiación de las instituciones europeas u otro tipo de organismos internacionales,...).

La consultoría orientada al desarrollo económico, fundamentalmente a nivel local (planes estratégicos, planes de promoción económica, de competitividad o promoción turística,...).

ACTIVIDADES FORMATIVAS CON SU CONTENIDO EN CRÉDITOS ECTS, SU METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE Y SU RELACIÓN CON LAS COMPETENCIAS QUE DEBE ADQUIRIR EL ESTUDIANTE:

TRABAJO PRESENCIAL EN EL AULA	HORAS	TRABAJO PERSONAL DE EL ALUMNO	HORAS
Clases Expositivas	9	Estudio individual del alumno	25
Clases interactivas	12	Preparación de trabajos y exposiciones en grupo	12.5

Tutorías y tareas relacionadas con el objeto de estudio	3	Realización de trabajos individuales	12.5
		Otras tareas	1
TOTAL	24		51

Clases presenciales combinando la explicación magistral con la lectura comentada por parte de los alumnos/as de textos referenciados y casos prácticos.

Realización de trabajos individuales o colectivos tutorizados por el profesor. Los alumnos dispondrán de las horas de tutorías para consultar dudas y realizarán una exposición final de sus trabajos delante de los compañeros. Además se fijarán citas de tutorías con el fin de que el profesor pueda realizar una evaluación continuada del desarrollo de los trabajos.

SISTEMA DE EVALUACIÓN DE LA ADQUISICIÓN DE LAS COMPETENCIAS Y SISTEMA DE CUALIFICACIONES DE ACUERDO CON LA LEGISLACIÓN VIGENTE:

Contemplará todos los aspectos integrados en la docencia. La parte teórica se evaluará en un examen final en el que se preguntará al alumno sobre los contenidos estudiados.

La evaluación se completará con la valoración de los trabajos, las exposiciones y prácticas realizadas a través del sistema de tutorías y, en general, la valoración de la participación de las actividades prácticas en las clases presenciales.

Descripción de la materia principal 6

Denominación de la materia	Trabajo Fin de Máster	Créditos ECTS	12.0	Carácter	Obligatoria
Unidad temporal	2º Cuatrimestre	Requisitos previos	Haber cursado o estar cursando las restantes materias. Para realizar el Trabajo Fin de Máster es necesario poner en práctica todo lo aprendido durante el Máster.		
Sistemas de evaluación					
FORMA DE EVALUACIÓN PREVISTA:					

Convocatoria Ordinaria:

Trabajo Fin de Máster

Trabajo individual y documento final.....50%

Defensa del Trabajo.....50%

Restricciones y explicación de la ponderación.

El Trabajo Fin de Máster será evaluado por un tribunal formado por profesores de la titulación. En los tribunales que se constituyan en cualquiera de las dos sedes podrán participar profesorado tanto de la USC como del IUIOG que imparta docencia en el máster.

En todo caso, la evaluación se realizará de acuerdo con la Normativa de evaluación de rendimiento académico de estudiantes e de revisión de calificaciones aprobada en el Consejo de Gobierno de 15 de junio de 2011.

Convocatoria Segunda Oportunidad:

En caso de que el Tribunal juzgue que el Trabajo no alcanza un nivel de calidad y adecuación a los condicionantes de partida digno de ser evaluado con un 5, el estudiante deberá acudir a la siguiente convocatoria posible para presentar un nuevo Trabajo que corrija las deficiencias observadas en el anterior.

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

COMPETENCIAS QUE ADQUIERE EL ESTUDANTE CON DICHA MATERIA:

Competencias Básicas: CB1, CB2, CB3, CB 4, CB5.

Competencias Genéricas: CG 1, CG 2, CG3, CG4, CG 5, CG6, CG 9 y CG 11.

Competencias Específicas: CE2, CE3, CE 5, CE 6, CE7, CE9, CE10 y CE15.

Es un trabajo de carácter obligatorio que consistirá en un pequeño proyecto de investigación individual, realizado por el/los estudiantes tutorizados por un profesor; y que se deberá defender de forma pública y mediante el cual el estudiante podrá mostrar las competencias y conocimientos teóricos y prácticos adquiridos a lo largo del curso.

El trabajo de Fin de Master, permite al alumno desarrollar las capacidades de escritura, argumentación, análisis y exposición pública, fundamentales para los perfiles profesionales del Título.

Trabajo Fin de Máster:

Tutorías y desarrollo del Trabajo (individualmente): El estudiante será tutorizado por un profesor y/o profesional, para el desarrollo y presentación adecuada del Trabajo final. Asimismo, el Trabajo Fin de Master deberá realizarse individualmente con el objetivo de desarrollar nuevas habilidades y destrezas en la implementación del mismo.

Presentación del Trabajo: Una vez generado y finalizado el correspondiente Trabajo deberá ser presentado y defendido ante un tribunal, quienes evaluarán y calificarán el mismo. Para la presentación y defensa del Trabajo Fin de Máster se podrán usar soportes TIC, videoconferencias, etc.

Descripción de las competencias

A las competencias generales especificadas anteriormente, han de sumarse las siguientes competencias específicas de la materia:

1. Capacidad para aplicar los conocimientos y habilidades adquiridas a lo largo del programa.
2. Capacidad para manejar los conceptos fundamentales implicados en el marketing político.
3. Capacidad para desarrollar investigaciones en el ámbito del Marketing y la Comunicación Política.
4. Capacidad de búsqueda de documentación, confrontación y crítica de las fuentes de información.
5. Capacidad para manejar las herramientas metodológicas y documentales propias del

- marketing político.
6. Capacidad de síntesis y análisis de realidades complejas.
 7. Capacidad para analizar el marketing y la comunicación de las organizaciones, sus agentes, intereses y sus modos de relación.
 8. Capacidad de redactar y componer un estudio, teórico o práctico, sobre Marketing y Comunicación.
 9. Capacidad para establecer sistemas de evaluación de la calidad del trabajo.
 10. Capacidad para exponer oralmente y defender el trabajo ante un público especializado.

Descripción de la materia principal 7

Denominación de la materia	Prácticas Externas	Créditos ECTS	6.0	Carácter	Obligatoria
Unidad temporal		2º Cuatrimestre	Requisitos previos	Haber cursado o estar cursando las restantes materias. Para realizar las Prácticas Externas del Máster es necesario aplicar lo aprendido durante el resto de Módulos.	
Sistemas de evaluación					
<p>FORMA DE EVALUACIÓN PREVISTA:</p> <p><u>Convocatoria Ordinaria:</u></p> <p>Tras la finalización de las prácticas, el estudiante deberá presentar a la coordinación dos documentos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Certificado de realización de prácticas, emitido por la empresa y donde se reflejen las principales características de dicha práctica así como la valoración del desempeño del estudiante. - Informe de finalización de prácticas, realizado por el estudiante, donde debe reflejar su experiencia y conocimientos, habilidades y actitudes desarrollados. 					

El Profesor-Tutor valida dichos documentos y califica el informe del estudiante a partir del desempeño del alumno evaluado por la empresa o institución de acogida y su propio autoinforme.

Prácticas Externas

Desempeño del alumno evaluado por la empresa de acogida..... 25%

Informe realizado por el alumno.....25%

Valoración de las prácticas evaluadas por el Profesor-Tutor..... 50%

Restricciones y explicación de la ponderación.

Las prácticas externas en empresas se someten a doble evaluación. Por una parte, la institución o agencia en la que el alumno desarrolla su periodo de prácticas emite un informe evaluatorio de su desempeño en la misma. Por otra parte, el alumno tiene que realizar un informe escrito en el que describe las actividades desarrolladas durante el periodo de prácticas y la aplicación realizada en la misma de los conocimientos, habilidades y destrezas aprendidas en el Máster. Dicho informe es juzgado y evaluado por el Tutor del alumno o, en su defecto, por el Coordinador del Máster.

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

COMPETENCIAS QUE ADQUIERE EL ESTUDANTE CON DICHA MATERIA:

Competencias Básicas: CB1, CB2, CB3, CB 4, CB5.

Competencias Genéricas: CG2, CG3, CG4, CG6, CG7, CG8, CG10, CG11, CG12.

Competencias Específicas: CE1, CE2, CE3, CE4, CE6, CE7, CE8, CE9, CE10, CE11, CE12, CE13, CE16, CE17, y CE18.

La realización de un periodo de prácticas en instituciones, agencias o empresas del sector del marketing político e institucional y la comunicación política tiene también varios objetivos. Por una parte, intenta servir de puente al alumno entre la experiencia vital de un estudiante y la del desempeño de un puesto de trabajo. Por otra parte, sirve de campo de experiencia para la aplicación de los conocimientos adquiridos y para observar en la realidad como se desarrolla la aplicación de dichos conocimientos por profesionales de mayor experiencia. El alumno tiene un tutor en la Universidad al cual puede acudir para

cualquier cuestión o duda de cualquier problema que se plantee. El tutor está en contacto con los responsables de la empresa en la que el alumno desarrolla su periodo de prácticas. A la finalización de dicho periodo, la empresa emite un informe evaluatorio del desempeño del alumno, al mismo tiempo que el alumno tiene que escribir un informe sobre su actividad durante las prácticas.

Prácticas externas: El alumno puede realizar unas prácticas acreditadas en empresas o instituciones, para intensificar el enfoque práctico y profesional del programa, y para desarrollar adecuadamente los conocimientos y habilidades planteadas. (6 ECTS).

Descripción de las competencias

A las competencias generales especificadas anteriormente, han de sumarse las siguientes competencias específicas de la materia:

1. Capacidad para aplicar los conocimientos y habilidades adquiridas a lo largo del programa.
2. Capacidad para desarrollar investigaciones en el ámbito del Marketing y la Comunicación Política.
3. Capacidad para establecer sistemas de evaluación de la calidad del trabajo.
4. Capacidad para analizar el marketing y la comunicación de las organizaciones, sus agentes, intereses y sus modos de relación.
5. Capacidad de redactar y componer un estudio, teórico o práctico, sobre Marketing y Comunicación.
6. Capacidad para manejar los conceptos fundamentales implicados en el marketing político.
7. Capacidad para exponer oralmente y defender el trabajo ante un público especializado.
8. Capacidad de síntesis y análisis de realidades complejas.
9. Capacidad de búsqueda de documentación, confrontación y crítica de las fuentes de información.
10. Capacidad para manejar las herramientas metodológicas y documentales propias del marketing político.