

Centro de
Educación Superior



CENTRO ADSCRITO A LA UNIVERSITAT
DE LLEIDA EN MADRID

GUÍA DOCENTE

CONSULTORÍA POLÍTICA Y HABILIDADES DE COMUNICACIÓN PARA PORTAVOCES

Coordinación: Campo Vidal, Manuel

Año académico: 2021/2022

Información general de la asignatura

| Denominación | CONSULTORÍA POLÍTICA Y HABILIDADES DE COMUNICACIÓN PARA PORTAVOCES | | | | | | | | | | | | |
|--|--|-------------|-------------------------|--|-------------------|----------|----------|--------------------|--|-----|------------------|-------------------------|---|
| Semestre de impartición | SEGUNDO SEMESTRE | | | | | | | | | | | | |
| Carácter | <table border="1"> <thead> <tr> <th>Grado/Máster</th> <th>Curso</th> <th>Carácter</th> <th>Modalidad</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Máster Universitario en Comunicación Política Avanzada</td> <td>1</td> <td>OBLIGATORIA</td> <td>Semipresencial y online</td> </tr> </tbody> </table> | | | | Grado/Máster | Curso | Carácter | Modalidad | Máster Universitario en Comunicación Política Avanzada | 1 | OBLIGATORIA | Semipresencial y online | |
| Grado/Máster | Curso | Carácter | Modalidad | | | | | | | | | | |
| Máster Universitario en Comunicación Política Avanzada | 1 | OBLIGATORIA | Semipresencial y online | | | | | | | | | | |
| Número de créditos de la asignatura (ETCS) | 6 | | | | | | | | | | | | |
| Tipo de actividad, créditos y grupos | <table border="1"> <thead> <tr> <th>Tipo de actividad</th> <th>PRÁCTICA</th> <th>TEORÍA</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Número de créditos</td> <td>2,4</td> <td>3,6</td> </tr> <tr> <td>Número de grupos</td> <td>1</td> <td>1</td> </tr> </tbody> </table> | | | | Tipo de actividad | PRÁCTICA | TEORÍA | Número de créditos | 2,4 | 3,6 | Número de grupos | 1 | 1 |
| Tipo de actividad | PRÁCTICA | TEORÍA | | | | | | | | | | | |
| Número de créditos | 2,4 | 3,6 | | | | | | | | | | | |
| Número de grupos | 1 | 1 | | | | | | | | | | | |
| Coordinación | CAMPO VIDAL, MANUEL | | | | | | | | | | | | |
| Idioma/s de impartición | Castellano | | | | | | | | | | | | |

Profesor/es

| Profesor | Dirección electrónica | Créditos impartidos | Horario de tutoría/lugar |
|---------------------|-------------------------------|---------------------|--------------------------|
| CAMPO VIDAL, MANUEL | presidencia@nexteducacion.com | 6 | |

Objetivos académicos de la asignatura

Esta asignatura proporciona a los alumnos los conocimientos necesarios para:

- Conocer y desarrollar las competencias y las técnicas para comunicar con eficacia.
- Desarrollar las habilidades para el ejercicio de la función de portavoz.
- Conocer las necesidades, estructura e idiosincrasia de las organizaciones políticas.
- Estudiar y familiarizarse con los contenidos de la consultoría política.
- Adquirir los conocimientos para dominar la consultoría política.
- Desarrollar las habilidades como consultor político.

- Desenvolverse con éxito en los ámbitos de la consultoría, los gabinetes de comunicación y las portavocías.

Competencias significativas

Cursando esta asignatura, los alumnos van a adquirir las siguientes competencias:

Competencias generales:

CG3 Identificar e integrar las tecnologías de información y de la comunicación de manera crítica, utilizarlas como herramientas básicas del trabajo y desarrollar sus potencialidades.

CG4 Analizar, sintetizar, organizar y planificar la información para el desarrollo de proyectos y para el desempeño profesional.

CG5 Aplicar los conocimientos adquiridos en la toma de decisiones y en la resolución de conflictos de organizaciones complejas y en el seguimiento de los mismos, tanto en el nivel estratégico como en el operativo.

CG8 Formular ideas y reflexiones a través de un lenguaje claro, fluido y eficaz, tanto oral como escrito, para expresarse con objetividad y pertinencia y proyectar liderazgo en el ámbito de comunicación política.

Competencias básicas:

CB2 Saber aplicar los conocimientos adquiridos y tener capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.

CB3 Ser capaz de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.

CB4 Saber comunicar sus conclusiones –y los conocimientos y razones últimas que las sustentan– a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.

Competencias específicas:

CE7 Reconocer el papel de la consultoría política en la comunicación política de los partidos políticos y los profesionales de la política y adquirir las principales herramientas y técnicas de la asesoría política.

CE8 Desarrollar las habilidades de comunicación eficaz para convertirse en un excelente portavoz y comunicador en entorno profesional.

Contenidos fundamentales de la asignatura

Tema 1. La comunicación eficaz en la era digital.

Tema 2. Competencias y funciones de la portavocía.

Tema 3. La figura del portavoz.

Tema 4. La consultoría política.

Tema 5. Las funciones y competencias del portavoz.

Ejes metodológicos de la asignatura

La metodología se articula a través de:

- **Sesiones presenciales:** contacto directo entre el profesor y el alumno en la modalidad presencial. Dentro de las sesiones se distinguen las siguientes actividades: lecciones magistrales, sesiones generales de presentación de contenidos, exposición pública de temas o trabajos, ejercicios y resolución de problemas.
- **Aula virtual:** A través de la página web y aula virtual del Máster los alumnos tienen acceso a información adicional de las asignaturas, así como a tutorías personalizadas. El aula virtual permite a su vez la comunicación entre alumnos, organización de trabajos y prácticas y sirve de continuidad, apoyo y contacto entre alumnos y profesores. El aula virtual es fundamental para el trabajo dirigido que los alumnos realizan fuera de clase: estudio y documentación, monografías de carácter teórico o práctico, sesiones tutoriales y aprendizaje colectivo.
- **Seminarios / talleres / debates dirigidos:** Los seminarios, talleres y debates serán impartidos alguno de los profesores de la asignatura. La metodología de enseñanza será el análisis de casos prácticos y debate entre los alumnos. Una vez finalizada la actividad, los alumnos realizarán una reflexión-comentario escrito sobre la actividad en el que deberán aplicar los conocimientos adquiridos durante el Máster y que será objeto de evaluación.
- **Clases en empresas (visitas):** Dentro de cada asignatura se contemplan las "Clases en Empresa". Estas sesiones dentro de empresas del sector, son la mejor oportunidad para vivir las dinámicas de trabajo habituales en compañías pertenecientes a diversos sectores. Los alumnos podrán conocer de primera mano cómo los profesionales gestionan la complejidad empresarial, además de aprender cómo se distribuyen y funcionan los diferentes departamentos de las compañías.
- **Conferencias/clases magistrales:** Igualmente, como parte de las asignaturas, se contempla la impartición de conferencias por ponentes de reconocido prestigio nacional e internacional. Estas conferencias promueven la excelencia profesional y son una oportunidad única para establecer contactos con grandes expertos, que presentarán a los alumnos la realidad dentro del sector de la comunicación, la publicidad y el mundo de la empresa y los negocios, así como el ámbito político.
- **Webinars:** A lo largo del curso y en relación a la materia impartida, se invitará a personalidades del mundo de la comunicación a realizar webinars, videoconferencias a través de los cuales los alumnos pueden interactuar con el profesional en directo, planteando sus dudas en vivo a través de voz o chat.
- **Material didáctico fundamental:** a través de la documentación didáctica de la asignatura, el alumnado podrá comprender los aspectos fundamentales consolidando así su base de conocimientos.
- **Material didáctico complementario:** el alumnado podrá profundizar en los aspectos de la asignatura que más le interesen a través del material didáctico complementario

que se adjunta en el Campus Virtual, que puede incluir lecturas recomendadas, apuntes técnicos, vídeos explicativos, documentales, ebooks...

- **Tareas y actividades prácticas:** Aquí se incluyen todas aquellas tareas y actividades que son diseñadas por el docente para que el alumnado pueda aplicar sus conocimientos en casos prácticos de la comunicación.
- **Foros de Debate:** Los foros de debate son fomentados y moderados por alguno de los profesores de la asignatura. La metodología de enseñanza se centra en el análisis de casos prácticos y debate entre los alumnos. Una vez finalizada la actividad, los alumnos realizarán una reflexión-comentario escrito sobre la actividad en el que deberán aplicar los conocimientos adquiridos durante el Máster y que será objeto de evaluación.
- **Tutorías de seguimiento:** el contacto directo entre el profesor y el alumno es continuado a lo largo del curso. En estas tutorías, el docente resolverá las dudas y aclarará conceptos si fuera necesario. Estas tutorías pueden realizarse a través de email o de chat.

Plan de desarrollo de la asignatura

La asignatura se impartirá entre el 30 de marzo y el 27 de abril.

Sistema de evaluación

Los estudiantes tienen derecho a recuperar cualquier actividad de evaluación igual o superior al 30% de la nota final en una asignatura, exceptuando las prácticas de la asignatura. El profesor/a responsable de la asignatura puede modificar la parte de la guía docente que incluye el sistema de evaluación y su explicación, únicamente durante los primeros quince días desde el inicio del semestre, con el acuerdo previo de los estudiantes. El sistema de evaluación de una asignatura impartida por más de un profesor/a ha de ser homogénea, por tanto, ha de tener criterios y objetivos análogos. Así mismo, la calificación final ha de ser considerada globalmente. La matrícula de una asignatura da derecho a una sola convocatoria de evaluación, ya sea evaluación única o continua. Aunque, se establecen tres semanas de periodos extraordinarios de evaluación, con el objeto de que el estudiante pueda recuperar alguna de las pruebas no superadas.

El sistema de evaluación es el siguiente:

Modalidad semipresencial:

- Examen escrito 60%
- Tareas prácticas o actividades en grupo 30%
- Asistencia en clase y participación activa en el aula o Campus Virtual 10%

Modalidad online:

- Examen escrito 60%
- Tareas prácticas o actividades en grupo 40%

Bibliografía y recursos de información

AIRA, Toni, *Los guardianes del mensaje. Asesores políticos. Un modelo alternativo a los spin doctor anglosajones*. Universitat Oberta de Catalunya (UOC), Barcelona, 20011.

ALBALADEJO, Tomás, *La retórica*, síntesis, Madrid, 1993

ARROYO, Luis, *El poder político en escena*, RBA Libros, 2015

BARNES, Jorge Santiago et al. (coord.), *Consultoría política*. Amarante, Madrid, 2016

BARRANCO SAIZ, Francisco Javier, *Marketing político y comunicación*, Paidós Ibérica, 2009

LABARRIERE, Jean Louis, *Teoría política y comunicación*, Gedisa, 2009.

CAMPO VIDAL, Manuel, *¿Por qué los españoles comunicamos tan mal?*, Plaza y Janés, Barcelona, 2008

CAMPO VIDAL, Manuel, *Eres lo que comunicas. Los diez mandamientos del buen comunicador*, RBA, Barcelona, 2018

CANEL, María José, *Comunicación política: Una guía para su estudio y práctica*, Tecnos, Madrid, 2006

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

CASTELLS, Manuel, (2009). *Comunicación y poder*, Alianza, Madrid, 2009

CONTRERAS José Miguel, *Vida política y televisión*, Espasa Calpe, Madrid, 1990.

LAGUNA, Antonio, *Las claves del éxito político: ¿por qué votan los ciudadanos?*, Península, 2010.

HERRERO, Julio César, *Comunicación en campaña: dirección de campañas electorales y marketing político*, Pearson, 2014.

HERRERO, Julio César (ed), *Manual de marketing político: como afrontar una campaña electoral*, Almuzara, Córdoba, 2019.

KAHNEMAN, Daniel, *Pensar rápido, pensar despacio*, Debolsillo, Barcelona, 2014.

LAKOFF, George, *No pienses en un elefante: Lenguaje y debate político*. Editorial Complutense, Madrid, 2004/2007.

LOPEZ, Oscar, *Del 15M al Procés: la gran transformación de la política española*, Deusto SA Ediciones, 2018.

MAAREK, Philippe J, *Marketing político y comunicación: claves para una buena información política*, Paidós, Barcelona, 1997.

Manual de retórica parlamentaria, Asamblea de Madrid, 2007.

McLUHAN Marshall, *La aldea global: Transformaciones en la vida y los medios de comunicación mundiales en el siglo XXI*. Gedisa, Barcelona, 1989/1990.

SALGADO MARTIN Lourdes, *Marketing político, arte y ciencia de la persuasión en democracia*, Paidós, Barcelona, 2002.

SANDERS, Karen et al., *Estudios de comunicación política*, Tecnos, 2013.

SANCHEZ MEDERO, Rubén, *Comunicación política: nuevas dinámicas y ciudadanía permanente*, Tecnos, 2016.

SANCHIS, José Luis et al., *Ganar el poder*, Síntesis, 2008.

SARTORI, Giovanni, Homo Videns. *La sociedad teledirigida*, Debolsillo. 2018.

ZAMORA MEDINA, Rocío, *El candidato marca: cómo gestionar la imagen del líder político*, Fragua, 2009.

PROTOCOLO COVID-19

Tanto el profesorado, como el alumnado están obligados a cumplir con las medidas de seguridad básicas: 1- uso obligatorio de mascarilla en todo momento. 2 - limpieza de manos. 3 - mantenimiento de la distancia social (mínimo 1,5 metros).