Memoria del Máster en Comunicación Política Avanzada por la Universidad de Lleida

HISTÓRICO DE EDICIONES			
Núm. Versión	**Órgano aprobación**	**Fecha aprobación**	**Resumen de los motivos del cambio**
1.0	Consejo Universidades	15/09/2017	Memoria inicial verificada
2.0	AQU	02/07/2019	Modificación sustancial (apartado 1 y 4)
3.0	AQU	30/07/2021	Modificación sustancial (apartado 1)
3.1	Consejo de Gobierno	21/04/2021	Modificación no sustancial (apartado 6.1) (Esta modificación se incluye en la modificación sustancial de la v3.0)
3.2	Consejo de Gobierno	30/10/2024	Modificación no sustancial (apartado 1.7, añadir ámbito de conocimiento)
4.0	Consejo de Dirección	16/01/26	Modificación sustancial (cambio ubicación y número de plaza) y adaptación de la memoria al RD 822/2021, de 28 de setembre de 2021
	Consejo de Universidades		

ÍNDICE

1. DESCRIPCIÓN, OBJETIVOS FORMATIVOS Y JUSTIFICACIÓN DEL TÍTULO.....5
Tabla 1a. Descripción del título.....5
Tabla 1c. Distribución de créditos.....5
1.10. Justificación del interés del título.....5
1.11. Objetivos formativos.....6
1.11.a) Principales objetivos formativos del título.....6
1.11.b) Objetivos formativos de las menciones o especialidades.....7
1.12. Estructuras curriculares específicas y justificación de sus objetivos.....7
1.14. Perfiles fundamentales de egreso a los que se orientan las enseñanzas.....7
1.14.bis) Actividad profesional regulada habilitada por el título.....8
2. RESULTADOS DEL PROCESO DE FORMACIÓN Y DE APRENDIZAJE.....9
2.1. Conocimientos o contenidos (Knowledge).....9
2.2. Habilidades o destrezas (Skills).....9
2.3. Competencias (Competences).....9
3. ADMISIÓN, RECONOCIMIENTO Y MOVILIDAD.....11
3.1. Requisitos de acceso y procedimientos de admisión de estudiantes.....11
3.1.a) Normativa y procedimiento general de acceso.....11
3.1.b) Criterios y procedimiento de admisión a la titulación.....11
3.2. Criterios para el reconocimiento y transferencias de créditos.....11
3.3. Procedimientos para la organización de la movilidad de los estudiantes propios y de acogida.....12
4. PLANIFICACIÓN DE LAS ENSEÑANZAS.....13
4.1. Estructura básica de las enseñanzas.....13
4.1.a) Resumen del plan de estudios.....13
4.1.b) Plan de estudios detallado.....16
4.2. Actividades y metodologías docentes.....18
4.2.a) Actividades formativas.....18
Materias básicas, obligatorias y optativas.....18
Trabajo de Fin de Máster.....19
4.2.b) Metodologías docentes.....19
Materias básicas, obligatorias y optativas.....19
Trabajo de Fin de Máster.....20
4.3. Sistemas de evaluación.....20

Evaluación de las materias básicas, obligatorias y optativas....20
Evaluación del Trabajo de Fin de Máster....21
4.4. Estructuras curriculares específicas....21
5. PERSONAL ACADÉMICO Y DE APOYO A LA DOCENCIA....22
5.1. Perfil básico del profesorado....22
5.1.a) Descripción de la plantilla de profesorado del título....22
5.1.b) Estructura de profesorado....23
5.2. Perfil detallado del profesorado....23
5.2.a) Detalle del profesorado asignado al título por ámbito de conocimiento....23
5.2.b) Méritos docentes del profesorado no acreditado y/o méritos de investigación del profesorado no doctor....25
5.2.c) Perfil del profesorado necesario y no disponible y plan de contratación....27
5.2.d) Perfil básico de otros recursos de apoyo a la docencia necesarios....27
6. RECURSOS PARA EL APRENDIZAJE: MATERIALES E INFRAESTRUCTURALES, PRÁCTICAS Y SERVICIOS....28
6.1. Recursos materiales y servicios....28
6.2 Procedimiento para la gestión de las prácticas académicas externas....28
6.3. Previsión de dotación de recursos materiales y servicios....28
7. CALENDARIO DE IMPLANTACIÓN....29
7.1. Cronograma de implantación del título....29
7.2 Procedimiento de adaptación....29
7.3 Enseñanzas que se extinguen....29
8. SISTEMA INTERNO DE GARANTÍA DE LA CALIDAD....30
8.1. Sistema Interno de Garantía de la Calidad....30
8.2. Medios para la información pública....30
8.3 Anexos....30
ANEXO I Despliegue de los resultados de aprendizaje de la titulación en las materias del plan de estudios....31
ANEXO II Resultados de aprendizaje de las materias por asignatura....32
ANEXO III Relación entre las competencias (titulación vigente) y los resultados de aprendizaje de la titulación....33
ANEXO IV Traducción a los 2 idiomas de los Resultados de aprendizaje de la titulación y de las materias....36
ANEXO V Traducción a los 2 idiomas del Plan de estudios de la titulación....39

1. DESCRIPCIÓN, OBJETIVOS FORMATIVOS Y JUSTIFICACIÓN DEL TÍTULO

Tabla 1a. Descripción del título

1.1. Denominación del título	*Màster Universitari en Comunicació Política Avançada* *Máster Universitario en Comunicación Política Avanzada* *Master's Degree in Advanced Political Communication*
1.2.1 Rama de conocimiento	Ciencias Sociales y Jurídicas
1.2.2 Campo de estudio	Periodismo, comunicación, publicidad y relaciones públicas
1.3. Menciones y especialidades	*No procede*
1.3.a) Mención dual	
1.3.b) Convenio mención dual	
1.4.a) Universidad responsable	Universitat de Lleida
1.4.b) Universidades participantes	
1.4.c) Convenio títulos conjuntos	
1.5.a) Centro de impartición responsable	*Centro de Educación Superior Next (CES Next) 28054351*
1.5.b) Centros de impartición	
1.6. Modalidad de enseñanza	Semipresencial o híbrida No presencial o virtual
1.7. Número total de créditos	60
1.8. Idiomas de impartición	Castellano
1.9.a) Número total de plazas	~~80~~ 60
1.9.b) Oferta de plazas por modalidad	Semipresencial o híbrida: 20 No presencial o virtual: 40

Tabla 1c. Distribución de créditos

Créditos	ECTS
Básicos (únicamente grados)	
Obligatorios	*54*
Optativos	
Prácticas académicas externas	
Trabajo de fin de grado/máster	*6*
Total	*60*

1.10. Justificación del interés del título

La transformación digital de la esfera pública, la expansión de las redes sociales y el uso intensivo de datos han modificado profundamente los procesos de comunicación política contemporánea. Gobiernos, partidos, instituciones y organizaciones sociales operan hoy en un ecosistema híbrido (offline–online) que demanda profesionales capacitados para diseñar, ejecutar y evaluar estrategias de comunicación complejas, basadas en evidencia y orientadas a criterios de transparencia, rigor y responsabilidad democrática.

En este contexto, el Máster Universitario en Comunicación Política Avanzada responde a un interés académico y científico evidente, al integrar de forma coherente los estudios de comunicación política,

marketing político, análisis de datos y estrategia digital. La propuesta se alinea con la literatura internacional en el ámbito, así como con las tendencias formativas de universidades y programas de referencia, como los impulsados por ACOP (Asociación de Comunicación Política https://compolitica.com/) o los másteres especializados en comunicación política de instituciones comparables en el contexto estatal e internacional.

El programa presenta también un marcado interés profesional y social. La demanda de especialistas en comunicación política, marketing digital, análisis de datos electorales, portavocía institucional y gestión de crisis ha aumentado significativamente en España y en el ámbito internacional. Este crecimiento se refleja en los informes sectoriales de asociaciones profesionales, en las ofertas de empleo del sector público y privado, y en la creciente necesidad de perfiles híbridos capaces de comprender dinámicas mediáticas, gestionar entornos digitales y anticipar escenarios de desinformación y polarización.

Se aportan referentes internacionales de reconocido prestigio que permiten acreditar la homologación académica y profesional del título en el ámbito de la comunicación política avanzada. En concreto, se han incorporado programas de universidades europeas y norteamericanas que comparten con el Máster Universitario en Comunicación Política Avanzada su orientación hacia la relación entre política, medios, comunicación estratégica, análisis de datos, campañas, opinión pública y entornos digitales.

Entre los referentes incorporados destacan:

Universidad	**Programa**	**Tipo / créditos**
London School of Economics and Political Science	MSc Politics and Communication	Máster oficial de posgrado, 12 meses
University of Amsterdam	MSc Communication Science: Political Communication	Máster, 60 ECTS, 12 meses
American University, Washington DC	MA in Political Communication	Master of Arts, 36 créditos
George Washington University	Master of Professional Studies in Political Management	Máster profesional, 36 créditos
University of Bologna	Media, Public and Corporate Communication, itinerario Journalism and Political Communication	Laurea Magistrale, 120 ECTS
Universidad Externado de Colombia (Colombia)	Maestría en Comunicación Política	Maestría oficial de posgrado

Estos programas evidencian que la comunicación política constituye un ámbito académico plenamente consolidado en la oferta internacional de posgrado, tanto en el Espacio Europeo de Educación Superior como en universidades de referencia norteamericanas. Asimismo, presentan una elevada convergencia con la propuesta formativa del Máster Universitario en Comunicación Política Avanzada en aspectos como el análisis de la comunicación política y mediática, el diseño de estrategias de comunicación institucional y electoral, la investigación aplicada, el marketing político digital, la gestión de campañas, el análisis de la opinión pública, la comunicación de crisis, el liderazgo comunicativo y la elaboración de proyectos o trabajos finales de carácter integrador.

La comparación realizada permite constatar que el título se encuentra en línea con los estándares internacionales de formación avanzada en comunicación política, tanto por sus objetivos formativos y resultados de aprendizaje como por la estructura académica y profesionalizadora de su plan de estudios. La propuesta académica responde a las tendencias formativas observadas en universidades de referencia

internacional y garantiza la adquisición de competencias avanzadas para el ejercicio profesional y el análisis especializado en el ámbito de la comunicación política contemporánea.

Por otra parte, el máster está diseñado para dar respuesta a esa demanda, formando profesionales capaces de:

- Integrar análisis crítico, pensamiento estratégico y capacidades técnicas avanzadas.
- Trabajar con datos, métricas digitales y sistemas de inteligencia comunicativa.
- Diseñar narrativas políticas eficaces y éticas en entornos multicapa.
- Actuar con responsabilidad institucional y perspectiva de género.
- Comprender fenómenos globales de comunicación política y su impacto en la esfera pública democrática.

Desde el punto de vista institucional, el título se alinea con la planificación estratégica de la Universitat de Lleida, que prioriza la internacionalización, la innovación docente y la vinculación con el tejido profesional. Asimismo, refuerza la estrategia del CES Next de consolidar su oferta en el ámbito de las ciencias sociales y de la comunicación, integrando la docencia semipresencial y virtual con un enfoque competencial basado en el RD 822/2021 y los criterios de AQU Catalunya.

La localización del centro en Madrid, capital político y mediático del Estado, constituye un elemento de valor añadido, ya que facilita la interacción con instituciones públicas, consultoras, *think tanks*, medios de comunicación y organizaciones profesionales, ampliando las oportunidades de inserción laboral y desarrollo de proyectos aplicados.

1.11. Objetivos formativos

1.11.a) Principales objetivos formativos del título

El máster tiene como objetivo formar profesionales capaces de comprender, analizar y gestionar los procesos comunicativos que configuran la acción política contemporánea. Para ello, ofrece una preparación avanzada en comunicación política que combina fundamentos teóricos, pensamiento estratégico y competencias aplicadas, con especial atención a los entornos mediáticos actuales y a la interacción entre medios tradicionales, redes sociales y plataformas digitales.

El programa busca que el estudiantado adquiera habilidades para diseñar, implementar y evaluar estrategias de comunicación en instituciones públicas, partidos políticos, organizaciones sociales o consultoras especializadas. Entre los objetivos centrales se incluyen la capacidad de interpretar datos, detectar tendencias, anticipar escenarios, gestionar crisis y tomar decisiones fundamentadas en evidencias comunicativas.

Asimismo, el máster promueve competencias de portavocía, liderazgo comunicativo y producción de contenidos, favoreciendo el trabajo en equipos multidisciplinares y la adaptación a contextos profesionales exigentes. La formación incorpora una aproximación ética y responsable que integra la perspectiva de género, la diversidad y la responsabilidad social en el diseño y la evaluación de acciones comunicativas.

El título tiene también como objetivo proporcionar una comprensión global de los fenómenos políticos actuales, facilitando la internacionalización del aprendizaje mediante el estudio comparado de casos, el análisis de dinámicas transnacionales y la reflexión sobre desafíos como la transformación digital, la desinformación o las nuevas formas de participación ciudadana.

En conjunto, el máster prepara al estudiantado para desempeñarse con solvencia en ámbitos como la consultoría política, la dirección de comunicación, el análisis electoral o la estrategia digital, fortaleciendo su empleabilidad en un ecosistema comunicativo en constante evolución.

1.11.b) Objetivos formativos de las menciones o especialidades

No procede

1.12. Estructuras curriculares específicas y justificación de sus objetivos

No procede

1.13. Estrategias metodológicas de innovación docente específicas y justificación de sus objetivos

El programa combina aula invertida, aprendizaje basado en proyectos (ABP) y estudio de casos reales, metodologías consideradas especialmente adecuadas para titulaciones de posgrado orientadas a la integración crítica del conocimiento. El aula invertida permite optimizar el tiempo síncrono para el análisis, la discusión argumentada y la resolución de problemas, reforzando la comprensión profunda y el pensamiento crítico.

El ABP articula proyectos aplicados vinculados a contextos profesionales reales de la comunicación política, favoreciendo la transferencia del aprendizaje, la toma de decisiones informadas y la integración de contenidos multidisciplinares. El estudio de casos y las simulaciones (incluyendo portavocía, gestión de crisis y diseño estratégico) permiten trabajar habilidades avanzadas alineadas con los resultados de aprendizaje de materia (RAM).

La metodología incorpora un uso intensivo y responsable de tecnologías digitales, plataformas colaborativas y herramientas de monitorización, asegurando la equivalencia formativa entre la modalidad semipresencial y la virtual.

1.14. Perfiles fundamentales de egreso a los que se orientan las enseñanzas

La persona titulada en el Máster Universitario en Comunicación Política Avanzada será capaz de comprender, analizar y gestionar con solvencia los procesos comunicativos que intervienen en la construcción del discurso político, la interacción institucional y la comunicación pública en entornos complejos y digitalizados.

Será capaz de integrar de manera crítica conocimientos avanzados de comunicación, marketing político, análisis de datos y estrategia digital para interpretar escenarios, diseñar narrativas persuasivas y orientar la toma de decisiones en organizaciones políticas y sociales.

La persona egresada sabrá evaluar dinámicas mediáticas, coordinar procesos de comunicación multicanal y aplicar técnicas de portavocía, gestión de crisis y liderazgo comunicativo con responsabilidad ética, perspectiva de género y sensibilidad hacia la diversidad.

Incorporará una visión global e internacional de la comunicación política contemporánea, pudiendo interactuar con actores diversos en contextos interculturales y adaptarse a las transformaciones tecnológicas y sociales que redefinen la esfera pública.

Así, el título orienta a perfiles profesionales capaces de actuar con criterio estratégico, pensamiento crítico y dominio técnico en el ámbito de la comunicación política y digital, contribuyendo a fortalecer la calidad democrática y la transparencia institucional.

1.14.bis) Actividad profesional regulada habilitada por el título

No procede

2. RESULTADOS DEL PROCESO DE FORMACIÓN Y DE APRENDIZAJE

2.1. Conocimientos o contenidos (Knowledge)

Al finalizar la titulación, el estudiantado podrá:

RAT01. ~~Describir~~ Identificar y relacionar críticamente los fundamentos teóricos de la comunicación política, valorando su evolución histórica y su ~~impacto~~ influencia en ~~el contexto~~ los procesos comunicativos contemporáneos.
RAT02. ~~Explicar~~ Reconocer y relacionar los principales ~~los~~ modelos de ~~relación~~ interacción entre instituciones, actores políticos, medios de comunicación y ciudadanía.
RAT03. Identificar y describir los procesos de construcción del discurso político y su impacto en la opinión pública.
RAT04. Identificar y diferenciar ~~Comparar~~ los principales enfoques teóricos sobre agenda mediática, encuadre y efectos comunicativos.
RAT05. Identificar y seleccionar metodologías de investigación cualitativa, cuantitativa y digital ~~en~~ para el análisis avanzado de fenómenos ~~comunicativos.~~ de comunicación política.
RAT06. ~~Describir~~ Reconocer y relacionar las dinámicas del ecosistema digital y evaluar el impacto ~~fenómenos~~ de la desinformación, polarización y manipulación informativa.
RAT07. Identificar y explicar los principios del marketing político y digital, ~~segmentación de públicos y marca política.~~ aplicables a la segmentación, posicionamiento y construcción de marca.
RAT08. Reconocer y explicar el marco ético, normativo y deontológico aplicable a la comunicación política e institucional.

2.2. Habilidades o destrezas (Skills)

Al finalizar el período formativo, el estudiantado será capaz de:

RAT09. Analizar escenarios políticos y mediáticos complejos identificando actores, intereses, relaciones de poder y dinámicas de interacción para fundamentar la toma de decisiones estratégicas.
RAT10. Interpretar datos de opinión pública, comportamiento electoral y métricas digitales para elaborar para elaborar diagnósticos y conclusiones fundamentadas en evidencias.
RAT11. Evaluar críticamente discursos, campañas y estrategias comunicativas ~~desde perspectivas críticas y metodológicas.~~ mediante la aplicación de enfoques teóricos y metodológicos avanzados.
RAT12. Diseñar estrategias de comunicación política adaptadas a distintos objetivos específicos, públicos diversos y contextos institucionales complejos.
RAT13. Diseñar y producir discursos, narrativas y contenidos comunicativos ~~adecuados~~ adaptados estratégicamente a diferentes formatos, ~~y~~ audiencias y entornos de comunicación política.
RAT14. Planificar campañas de comunicación y marketing digital integrando canales, recursos, técnicas de segmentacióny herramientas de análisis para optimizar resultados.
RAT15. Gestionar situaciones de crisis comunicativa ~~valorando~~ mediante la evaluación de riesgos, la definición de estrategias de respuesta y la toma de decisiones en contextos de incertidumbre. ~~impactos y alternativas.~~
RAT16. Liderar y ejecutar procesos de comunicación profesional, portavocía y argumentación en contextos institucionales y mediáticos complejos.
RAU01. Explicar información y conocimientos de forma clara y precisa, oralmente y por escrito, en castellano (resultado de aprendizaje transversal de la UdL).
RAU02. Aplicar las tecnologías digitales en su ámbito de conocimiento (resultado de aprendizaje transversal de la UdL).

2.3. Competencias (Competences)

La formulación de las competencias se ha revisado para hacer más explícitas las capacidades propias de un título de nivel de máster, reforzando la integración de conocimientos especializados, el análisis crítico, la autonomía profesional, la toma de decisiones fundamentadas y la actuación en entornos complejos y multidisciplinares.

RAT17. Integrar conocimientos avanzados de comunicación política, análisis estratégico y metodologías especializadas para diseñar, fundamentar y evaluar actuaciones comunicativas ~~para intervenir~~ de forma autónoma y crítica en contextos políticos e institucionales complejos.
RAU03. Proponer soluciones innovadoras, creativas y emprendedoras en situaciones propias del ámbito profesional (resultado de aprendizaje transversal de la UdL).
RAU04. Evaluar la sostenibilidad y el impacto social de las propuestas planteadas con responsabilidad ética, medioambiental y profesional (resultado de aprendizaje transversal de la UdL).
RAU05. Aplicar la perspectiva de género en las tareas propias del ámbito profesional (resultado de aprendizaje transversal de la UdL).

3. ADMISIÓN, RECONOCIMIENTO Y MOVILIDAD

3.1. Requisitos de acceso y procedimientos de admisión de estudiantes

3.1.a) Normativa y procedimiento general de acceso

La admisión al máster se rige por la normativa y el procedimiento general de acceso a enseñanzas oficiales de máster establecidos por la Universidad de Lleida.

Normativa y procedimiento general de acceso de estudiantes al Máster

3.1.b) Criterios y procedimiento de admisión a la titulación

El Máster está dirigido a todos aquellos graduados interesados en dotarse de los conocimientos necesarios para liderar los procesos de comunicación y estrategias de marketing en instituciones y organizaciones del ámbito de la política.

En el caso de los alumnos recién graduados, se valorará para el acceso a la titulación:

- Expediente académico: 40%
- Currículum Vitae (experiencia profesional, cartas de recomendación): 30%
- Entrevista personal: 30%

En particular, el perfil de acceso se limita a las siguientes titulaciones:

- Periodismo, Publicidad, Relaciones Públicas y Comunicación Audiovisual
- Sociología y Ciencias Políticas
- Marketing y Relaciones Públicas

Los alumnos que provengan de otras titulaciones de la rama de Ciencias Sociales y Jurídicas podrán cursar este máster siempre y cuando cumplan con los complementos formativos:

- Fundamentos de los medios de comunicación: 2 ECTS
- Redacción periodística: 2 ECTS
- Contexto político: España, Europa, EEUU y Latinoamérica: 2 ECTS

Para otras titulaciones no incluidas entre las mencionadas, el coordinador de la titulación podrá proponer complementos de formación a los candidatos en función de su perfil de ingreso.

3.2. Criterios para el reconocimiento y transferencias de créditos

Reconocimiento y transferencia de créditos académicos al Máster

Tabla 3. Criterios específicos para el reconocimiento de créditos

Reconocimiento por enseñanzas superiores no universitarias:	*Número mínimo de ECTS:0* *Número máximo de ECTS: 0*
Breve justificación	
Reconocimiento por títulos propios:	*Número mínimo de ECTS:0* *Número máximo de ECTS:9*
Breve justificación	
Reconocimiento por experiencia profesional o laboral:	*Número mínimo de ECTS:0* *Número máximo de ECTS:~~9~~ 0*

Breve justificación
No se contempla el reconocimiento de créditos por experiencia profesional o laboral en esta titulación. La adquisición de los resultados de aprendizaje previstos requiere el seguimiento de las actividades formativas y la superación de los sistemas de evaluación establecidos en las diferentes materias del plan de estudios.

3.3. Procedimientos para la organización de la movilidad de los estudiantes propios y de acogida

El máster no requiere movilidad obligatoria.

Como información general de la UdL indicamos en el siguiente enlace los procedimientos para la organización de la movilidad de los estudiantes propios y de acogida:

Procedimientos para la organización de la movilidad

4. PLANIFICACIÓN DE LAS ENSEÑANZAS

4.1. Estructura básica de las enseñanzas

4.1.a) Resumen del plan de estudios

El plan de estudios se organiza en materias obligatorias que estructuran de forma progresiva los contenidos y resultados de aprendizaje del máster. Las tablas siguientes muestran la distribución de créditos, la organización temporal de las asignaturas y su coherencia con la estructura formativa del programa.

Tabla 4a. Resumen del plan de estudios

MATERIA					**ASIGNATURA**				
Denominación	**Carácter***	**ECTS**	**Unidad Temporal semestral / (anual)**	**curso/ semestre**	**Denominación**	**Carácter**	**ECTS**	**Unidad Temporal semestral/ (anual**	**curso/ semestre**
La Comunicación Política en la Sociedad del Siglo XXI	Obligatorio	18	Semestre	C1S1	El contexto de la Sociedad de la Información	OB	6	Semestre	C1S1
					Influencia de los medios en la Comunicación Política		6		
					El Discurso Político: Análisis y técnicas discursivas		6		
El Plan de Comunicación Política y Marketing Digital	Obligatorio	18	Semestre	C1S1 S2	Diseño del Plan de Comunicación y Gestión de Crisis	OB	6	Semestre	C1S1
					Estrategia y diseño del Plan de Marketing Digital y Plan de Social Media		6		C1S1
					Consultoría Política y Habilidades de Comunicación para Portavoces		6		C1S2
Las Campañas Políticas	Obligatorio	18	Semestre	C1S2	Redes y Poder: Actores Políticos, Sociedad Civil y Opinión Pública	OB	6	Semestre	C1S2
					Planificación y Gestión de Campañas		6		
					Organización de Eventos Políticos y Debates Electorales		6		
Trabajo de Fin de Máster (TFM)	TFM	6	Semestre	C1S2	Trabajo de Fin de Máster	TFM	6	Semestre	C1S2

Formación básica (FB), obligatoria (OB), optativa (OP), prácticas externes (PExt) si procede y trabajo de fin de grado/máster (TFG/TFM).

Tabla 4b. Ámbito de conocimiento de las materias básicas (grados)
No procede

Tabla 4c. Estructura de las menciones/especialidades
No procede

¿Es obligatorio cursar una mención de las existentes para la obtención del título?
No procede

Optativa (OP), prácticas externes (PExt) y trabajo de fin de grado/máster (TFG/TFM).

La estructura del programa responde a un itinerario formativo progresivo que combina fundamentación teórica, aplicación práctica y especialización profesional.

El máster se articula en tres materias obligatorias, diseñadas para cubrir de manera integral los principales ámbitos de la comunicación política contemporánea:

1. **La Comunicación Política en la Sociedad del Siglo XXI**, centrada en los fundamentos conceptuales, el ecosistema mediático y los procesos de interacción entre actores políticos y ciudadanía.

2. **El Plan de Comunicación Política y Marketing Digital**, que desarrolla habilidades aplicadas para la elaboración de discursos, estrategias, planes de comunicación, marketing digital y gestión de crisis, incorporando las herramientas digitales actuales.

3. **Las Campañas Políticas**, orientada a la planificación, gestión y ejecución de campañas, el análisis de redes y la organización de eventos y debates.

El Trabajo de Fin de Máster (TFM) completa el recorrido formativo como elemento integrador que permite demostrar la adquisición global de los resultados de aprendizaje.

El máster se ofrece en modalidad semipresencial y a distancia para garantizar el acceso flexible a estudiantes y profesionales en activo, incluyendo perfiles internacionales, y para incorporar experiencias formativas presenciales que fortalecen competencias comunicativas y colaborativas. Esta doble oferta responde también a la realidad del sector, donde la comunicación política combina espacios presenciales, institucionales, digitales y remotos.

Ambas modalidades mantienen la misma estructura académica, contenidos, resultados de aprendizaje y criterios de evaluación, asegurando la equivalencia formativa entre itinerarios.

En conjunto, el diseño del título ofrece un aprendizaje riguroso y orientado al ejercicio profesional, adaptado a las transformaciones contemporáneas del ecosistema político y mediático y a la creciente demanda de perfiles especializados en comunicación política avanzada.

4.1.b) Plan de estudios detallado

Tabla 4d. Plan de estudios detallado

Materia 1: La Comunicación Política en la Sociedad del Siglo XXI	
Número de créditos ECTS	18
Carácter	*Obligatorio*
Organización temporal	*C1S1*
Modalidad	*Semipresencial y virtual*
Asignaturas	*El contexto de la Sociedad de la Información* *Influencia de los medios en la Comunicación Política* *El Discurso Político: Análisis y técnicas discursivas*
Resultados del aprendizaje	RAM01. *Analizar la evolución de la comunicación política en la sociedad contemporánea mediante el estudio de modelos teóricos y casos actuales.* RAM02. *Identificar actores, flujos de información y relaciones de poder del sistema político-mediático a través del análisis de entornos comunicativos reales.* RAM03. *Evaluar la influencia de los medios de comunicación en la opinión pública mediante el análisis crítico de contenidos informativos y narrativas políticas.* RAM04. *Distinguir tipologías de mensajes políticos y mediáticos aplicando conceptos de agenda setting, framing y efectos de los medios.* RAM05. *Analizar discursos políticos mediante técnicas de análisis del discurso y el examen de marcos interpretativos.* RAM06. *Interpretar estudios y datos sobre consumo informativo para comprender patrones de participación política.* RAM07. *Relacionar teorías de comunicación política con casos contemporáneos de liderazgo, gestión institucional y debate público.* RAM08. *Aplicar criterios éticos y deontológicos al análisis de prácticas de comunicación política y mediática.*
Contenido	*Esta materia proporciona los fundamentos conceptuales y analíticos necesarios para comprender el ecosistema político-mediático contemporáneo y los procesos de comunicación política.*

Materia 2: El Plan de Comunicación Política y Marketing Digital	
Número de créditos ECTS	18
Carácter	*Obligatorio*
Organización temporal	*C1S1 y S2*
Modalidad	*Semipresencial y virtual*
Asignaturas	*Diseño del Plan de Comunicación y Gestión de Crisis* *Estrategia y diseño del Plan de Marketing Digital y Plan de Social Media* *Consultoría Política y Habilidades de Comunicación para Portavoces*
Resultados del aprendizaje	- ***RAM09.*** *Diseñar planes integrales de comunicación política mediante la definición estructurada de objetivos, públicos, mensajes y canales.* - ***RAM10.*** *Elaborar argumentarios, discursos y contenidos multimedia adaptados a distintos públicos y contextos comunicativos.*

	- ***RAM11.*** *Aplicar técnicas de portavocía y comunicación profesional en contextos institucionales y mediáticos simulados o reales.* - ***RAM12.*** *Evaluar riesgos comunicativos y escenarios críticos a partir del análisis de casos para la elaboración de protocolos de crisis.* - ***RAM13.*** *Desarrollar estrategias de marketing digital político integrando herramientas de segmentación, posicionamiento y analítica.* - ***RAM14.*** *Gestionar comunidades digitales mediante técnicas de interacción, dinamización y reputación online.* - ***RAM15.*** *Utilizar herramientas digitales para la monitorización del entorno político y mediático y el seguimiento de campañas.* - ***RAM16.*** *Asesorar a actores políticos e institucionales aplicando criterios de consultoría estratégica y liderazgo comunicativo.*
Contenido	*Esta materia se orienta al desarrollo de habilidades aplicadas para el diseño, planificación y gestión estratégica de la comunicación política y el marketing digital.*

Materia 3: Las Campañas Políticas	
Número de créditos ECTS	18
Carácter	*Obligatorio*
Organización temporal	*C1S2*
Modalidad	*Semipresencial y virtual*
Asignaturas	*Redes y Poder: Actores Políticos, Sociedad Civil y Opinión Pública* *Planificación y Gestión de Campañas* *Organización de Eventos Políticos y Debates Electorales*
Resultados del aprendizaje	- ***RAM17.*** *Analizar dinámicas de redes sociales y participación ciudadana mediante el estudio de campañas políticas contemporáneas.* - ***RAM18.*** *Evaluar estrategias de movilización, persuasión y posicionamiento político a partir del análisis comparado de campañas.* - ***RAM19.*** *Planificar campañas electorales mediante la definición de fases, objetivos, mensajes y recursos estratégicos.* - ***RAM20.*** *Elaborar cronogramas y estructuras organizativas de campañas políticas aplicando criterios de eficiencia y coordinación.* - ***RAM21.*** *Diseñar eventos políticos, debates y actos públicos coherentes con la estrategia general de campaña.* - ***RAM22.*** *Aplicar técnicas de gestión operativa y coordinación en escenarios*

	electorales complejos. - ***RAM23.** Interpretar datos de seguimiento electoral, encuestas y métricas de comportamiento político para la toma de decisiones.* - ***RAM24.** Identificar buenas prácticas y errores comunes en campañas políticas mediante el análisis comparado de casos reales.*
Contenido	*Esta materia profundiza en la planificación, gestión y evaluación de campañas electorales y acciones de comunicación política avanzada.*

Materia 4: Trabajo de Fin de Máster (TFM)	
Número de créditos ECTS	6
Carácter	*Trabajo de Fin de Máster*
Organización temporal	*C1S2*
Modalidad	*Semipresencial y virtual*
Asignaturas	*Trabajo de Fin de Máster*
Resultados del aprendizaje	- RAM25. *Definir un problema, objetivo o pregunta de investigación o intervención profesional en el ámbito de la comunicación política.* - RAM26. *Seleccionar metodologías adecuadas al objeto de estudio o proyecto planteado.* - RAM27. *Analizar datos relevantes para sustentar conclusiones fundamentadas.* - RAM28. *Diseñar propuestas comunicativas o investigaciones aplicando criterios profesionales, éticos y metodológicos.* - RAM29. *Integrar conocimientos teóricos y prácticos adquiridos a lo largo del máster en un trabajo coherente.* - RAM30. *Elaborar un informe final con estructura académica o profesional adecuada y redacción rigurosa.* - RAM31. *Analizar datos relevantes para sustentar conclusiones fundamentadas.* - RAM32. *Valorar críticamente los resultados, limitaciones y aportaciones del trabajo realizado.*
Contenido	*El Trabajo de Fin de Máster tiene un carácter integrador y permite al estudiantado demostrar la adquisición global de los resultados de aprendizaje del título.*

4.2. Actividades y metodologías docentes

4.2.a) Actividades formativas

Materias básicas, obligatorias y optativas

Las actividades formativas del Máster en Comunicación Política Avanzada se han diseñado para dar respuesta a las modalidades semipresencial y virtual, garantizando la coherencia académica entre itinerarios, la adecuación al nivel de máster y la alineación con los resultados de aprendizaje de la titulación. En conjunto, estas actividades contribuyen de forma progresiva y complementaria a la adquisición de resultados de aprendizaje vinculados a conocimientos, habilidades y competencias, de acuerdo con los criterios del RD 822/2021 y de AQU Catalunya.

1. **Sesiones teóricas y expositivas**
Están orientadas principalmente al desarrollo de resultados de aprendizaje de tipo conocimientos (Knowledge), al permitir al estudiantado adquirir y comprender los fundamentos teóricos, conceptuales y normativos de la comunicación política, el marketing político y el ecosistema mediático contemporáneo. En la modalidad semipresencial se desarrollan mediante dinámicas de aula invertida con exposiciones guiadas y debate, actividades basadas en proyectos y estudios de casos y simulaciones. Mientras que en la modalidad virtual se articulan a través de videoclases síncronas, recursos asíncronos y foros de discusión orientados a la comprensión de marcos teóricos.

2. A**nálisis de casos y estudios aplicados**
Se orienta fundamentalmente al desarrollo de resultados de aprendizaje de tipo habilidades (Skills), al permitir la aplicación de los conocimientos adquiridos a situaciones reales o simuladas propias del ámbito de la comunicación política. Estas actividades favorecen la interpretación y el análisis de discursos, campañas y escenarios mediáticos complejos. En modalidad semipresencial se trabaja mediante resolución de casos y debate estructurado, y en modalidad virtual mediante estudios multimedia, foros analíticos y herramientas digitales de seguimiento.

3. A**ctividades prácticas y los trabajos aplicados**
Están orientados al desarrollo integrado de resultados de aprendizaje de tipo habilidades (Skills) y competencias (Competences), propios del nivel de máster. Permiten resolver problemas complejos, tomar decisiones estratégicas y aplicar los aprendizajes en contextos profesionales. En modalidad semipresencial se desarrollan mediante aprendizaje basado en proyectos, simulaciones y ejercicios de portavocía y gestión de crisis, y en modalidad virtual a través de proyectos digitales, creación de contenidos y seguimiento tutorizado en línea.

4. **Actividades colaborativas**
Se orientan principalmente al desarrollo de resultados de aprendizaje de tipo competencias (Competences), especialmente los relacionados con el trabajo en equipo, el liderazgo comunicativo, la argumentación y la responsabilidad profesional. En modalidad semipresencial se articulan mediante debates y dinámicas grupales en aula, y en modalidad virtual mediante trabajo colaborativo en plataformas digitales, videodebates y elaboración conjunta de documentos.

Trabajo de Fin de Máster

El Trabajo de Fin de Máster se desarrolla mediante actividades específicas de orientación y seguimiento, que incluyen tutorías individuales y grupales, apoyo metodológico y acompañamiento en el diseño y desarrollo del trabajo, permitiendo la integración de los conocimientos, habilidades y competencias adquiridos a lo largo del máster.

Se lleva a cabo un aprendizaje autónomo guiado, especialmente relevante en el desarrollo del Trabajo de Fin de Máster, que promueve la integración global de los aprendizajes, la reflexión crítica y la responsabilidad del estudiantado sobre su propio proceso.

Su normativa puede consultarse en este enlace de normativa del TFM .

4.2.b) Metodologías docentes

Materias básicas, obligatorias y optativas

- **Metodologías expositivas**, orientadas a la presentación y comprensión de conceptos, modelos y marcos teóricos fundamentales de la comunicación política, el marketing político y el sistema mediático contemporáneo. Estas metodologías contribuyen principalmente a los resultados de aprendizaje vinculados al conocimiento y la comprensión.
- **Metodologías activas y aplicadas**, como el estudio de casos, la resolución de problemas, el análisis de campañas y la simulación de escenarios comunicativos, que permiten aplicar los conocimientos adquiridos y desarrollar habilidades analíticas y estratégicas propias del ámbito profesional.
- **Metodologías colaborativas**, basadas en el trabajo en equipo, el debate dirigido y la discusión argumentada, que favorecen el desarrollo de competencias transversales relacionadas con la comunicación profesional, la cooperación y la toma de decisiones fundamentadas.
- **Aprendizaje autónomo guiado**, promueve la integración global de los aprendizajes, la reflexión crítica y la responsabilidad del estudiantado sobre su propio proceso formativo.

Trabajo de Fin de Máster

Aprendizaje autónomo guiado, especialmente relevante en el desarrollo del Trabajo de Fin de Máster, que promueve la integración global de los aprendizajes, la reflexión crítica y la responsabilidad del estudiantado sobre su propio proceso formativo.

4.3. Sistemas de evaluación

La evaluación combina distintos procedimientos que permiten valorar de manera equilibrada los conocimientos, las habilidades aplicadas y las competencias profesionales del estudiantado. La calificación final de cada materia se expresa mediante una escala de 0 a 10, siendo un 5 la puntuación mínima para superar la asignatura.

Evaluación de las materias básicas, obligatorias y optativas

Los principales sistemas de evaluación son los siguientes:

1. **Pruebas escritas y/o exámenes** *(40–60 %)*
   Incluyen pruebas de desarrollo, análisis de textos y discursos, resolución de preguntas abiertas y ejercicios aplicados. Estos instrumentos permiten valorar la comprensión conceptual, la integración teórica y la capacidad de aplicar marcos analíticos propios de la comunicación política. Contribuyen principalmente a la evaluación de los resultados de aprendizaje vinculados al conocimiento y la comprensión.

   En la modalidad semipresencial, estas pruebas se realizan de forma presencial, mientras que en la modalidad a distancia se desarrollan mediante pruebas en línea, garantizando criterios y rúbricas equivalentes.

2. **Trabajos y actividades prácticas individuales o en grupo** *(30–40 %)*
   Comprenden análisis de casos, informes estratégicos, diseño de planes de comunicación, elaboración de campañas, simulaciones de crisis y creación de contenidos comunicativos. Estas

actividades permiten evaluar la aplicación práctica de los conocimientos, la toma de decisiones en contextos complejos y la orientación profesional del estudiantado, contribuyendo de forma directa a los resultados de aprendizaje de carácter aplicado y estratégico.
En la modalidad semipresencial, se realizan mediante actividades en aula, seminarios y entrega de trabajos a través del Campus Virtual, mientras que en la modalidad a distancia se articulan mediante entregas digitales, actividades virtuales y presentaciones por videoconferencia.

3. **Participación activa y actividades colaborativas** *(10–30 %)*
   Se valora la participación en debates, seminarios, foros de discusión y trabajos en equipo. Este sistema permite evaluar la implicación activa, la calidad de las intervenciones, la capacidad de argumentación, el trabajo cooperativo y el respeto a los principios éticos y de perspectiva de género, vinculados a las competencias transversales del título.

   En la modalidad semipresencial, la participación se evalúa a partir de la intervención en aula y actividades presenciales, mientras que en la modalidad a distancia se valora mediante foros, actividades colaborativas virtuales y dinámicas síncronas en línea.

Evaluación del Trabajo de Fin de Máster

El Trabajo de Fin de Máster (TFM), con una carga de 6 ECTS, se evalúa conforme a la normativa específica de la Universitat de Lleida y a las directrices internas del centro. La evaluación se basa en la valoración del trabajo escrito y en su defensa oral ante un tribunal académico, en modalidad presencial o a distancia.

Se tienen en cuenta, entre otros, la coherencia del trabajo, la adecuación metodológica, la integración de los aprendizajes del máster, la capacidad de análisis crítico y la claridad y solvencia comunicativa en la exposición y defensa del trabajo.

El TFM (6 ECTS) se evalúa mediante dos evidencias principales: el trabajo escrito y la defensa oral ante tribunal, conforme a la normativa de la Universitat de Lleida. La calificación final resulta de la combinación ponderada de ambas evidencias, teniendo en cuenta los siguientes criterios y porcentajes:

Trabajo escrito (70%): se valora la coherencia del planteamiento, la adecuación metodológica, el análisis crítico, la fundamentación teórica y la calidad formal del documento.
Defensa oral (30%): se valora la claridad expositiva, la capacidad de síntesis y argumentación, el dominio del contenido y la calidad de las respuestas.

El tribunal está formado por tres miembros doctores del profesorado del máster o del centro, especialistas en el ámbito de la comunicación política o en metodologías de investigación. Una persona ejerce la presidencia, otra la secretaría y otra la vocalía, garantizando evaluación colegiada y criterios académicos homogéneos.

La defensa podrá realizarse de manera presencial o virtual, asegurándose en ambos casos la verificación de identidad del estudiante. La calificación final se expresa en escala del 0 al 10, siendo 5 la nota mínima para superar la asignatura.

4.4. Estructuras curriculares específicas

No procede

5. PERSONAL ACADÉMICO Y DE APOYO A LA DOCENCIA

5.1. Perfil básico del profesorado

5.1.a) Descripción de la plantilla de profesorado del título

La estructura del profesorado del Máster Universitario en Comunicación Política Avanzada se fundamenta en un modelo mixto que combina un núcleo sólido de profesorado doctor con experiencia investigadora contrastada y un conjunto de profesorado asociado con una amplia trayectoria profesional en comunicación política, medios de comunicación, consultoría estratégica y marketing político. Esta configuración resulta coherente con el carácter profesionalizante del título y favorece una adecuada integración entre fundamentación académica rigurosa y aplicación práctica avanzada.

El máster cuenta con un total de 19 docentes, de los cuales 14 son doctores/as. Entre el profesorado doctor, 9 cuentan con acreditación, mientras que 5 son doctores/as no acreditados/as. El profesorado no doctor está integrado por 5 docentes con titulación universitaria, con un perfil profesional especializado y vinculado a las materias de carácter aplicado del título.

De acuerdo con el Real Decreto 640/2021, el 80,47 % de los ECTS del máster son impartidos por profesorado doctor. Tal como se recoge en la Tabla 5a y en el cuadro de distribución de ECTS por categoría, esta docencia se reparte entre 37,5 % de ECTS impartidos por profesorado permanente doctor y 42,97 % de ECTS impartidos por profesorado asociado doctor. En el caso del profesorado permanente, el 66,67% es doctor y acreditado y en del profesorado asociado lo es el 63,64%, lo que supone el 64,29 % de los ECTS impartidos por doctores/as acreditados/as y el 38,57 ECTS del total de créditos del título. Estos datos ponen de manifiesto que una parte sustancial de la docencia del máster recae en profesorado doctor y acreditado, garantizando la calidad académica y la adecuada solvencia del equipo docente.

El profesorado no doctor, integrado por 5 docentes con titulación universitaria y un perfil profesional altamente especializado, asume el 19,53 % restante de la docencia. Su participación se concentra en materias de carácter aplicado, vinculadas al diseño estratégico, la gestión de campañas, la comunicación institucional, la consultoría política y la organización de eventos, aportando un valor añadido claramente alineado con los objetivos formativos del título y con las demandas del sector profesional.

El conjunto del profesorado asignado al máster imparte docencia en ambas modalidades de enseñanza, semipresencial y a distancia, garantizando la equivalencia académica entre itinerarios, la coherencia en la aplicación de metodologías docentes y la homogeneidad de los criterios de evaluación, tal como se recoge en el plan de estudios.

En su conjunto, la estructura del profesorado del Máster Universitario en Comunicación Política Avanzada asegura una ratio elevada de profesorado doctor, una presencia significativa de profesorado acreditado, la adecuada integración de perfiles profesionales del sector y una combinación equilibrada de experiencia investigadora y aplicada, cumpliendo plenamente con los requisitos legales y los estándares de calidad académica exigidos para la verificación del título.

5.1.b) Estructura de profesorado

Tabla 5a. Resumen del profesorado asignado al título

Categoría	Núm.	ECTS (%)	Doctores/as (%)	Acreditados/as (%)	Sexenios	Quinquenios
Permanentes 1	3	37,5	100% (3)	66,67% (2)	0	0
Permanentes 2	0	–	–	–	–	–
Lectores	0	–	–	–	–	–
Asociados	16	62,5	68,75% (11)	63,64% (7)	1	0
Otros	0					
Total	19	100%		64,29% (9)	1	0

El porcentaje total de profesorado acreditado se expresa sobre el total de profesorado doctor del título.

Permanentes 1: profesorado permanente para el que es necesario ser doctor (CC, CU, CEU, TU, agregado y asimilables en centros privados).
Permanentes 2: profesorado permanente para el que no es necesario ser doctor (TEU, colaboradores y asimilables en centros privados).
Otros: profesorado visitante, becarios, etc.
El profesorado funcionario (CU, TU, CEU, TEU, agregados y catedráticos contratados) se considerará acreditado. Los Permanentes 1 de la UdL serán todos acreditados.

Según el Real Decreto 640/2021, el porcentaje de profesorado doctor que imparte docencia en el máster es del 80,47 %

Categoría	ECTS %)	Doctores/as (%)	Doctores/as según RD 640/21 (%)
Permanentes 1	37,50%	100%	37,50%
Asociados	62,50%	68,75%	42,97%
Total	100%		80,47%

5.2. Perfil detallado del profesorado

5.2.a) Detalle del profesorado asignado al título por ámbito de conocimiento

Tabla 5b. Detalle del profesorado asignado al título por ámbitos de conocimiento.

Área o ámbito de conocimiento 1: Sociología	
Número de profesores/as	3
Número y % de doctores/as	3 (100%)
Número y % de acreditados/as	0 (0%)
Número de profesores/as por categorías	Permanentes 1: 1 Asociados: 2

Materias / asignaturas	• Consultoría Política y Habilidades de Comunicación para Portavoces. • Trabajo de Fin de Máster (tutorización).
ECTS impartidos (previstos)	9,5
ECTS disponibles (potenciales)	30

Área o ámbito de conocimiento 2: Ciencia Política	
Número de profesores/as	5
Número y % de doctores/as	4 (80%)
Número y % de acreditados/as	2 (50%)
Número de profesores/as por categorías	Permanentes 1: 1 Asociados: 4
Materias / asignaturas	• El Discurso Político: Análisis y Técnicas Discursivas. • Redes y Poder: Actores políticos, sociedad civil y opinión pública.
ECTS impartidos (previstos)	6
ECTS disponibles (potenciales)	30

Área o ámbito de conocimiento 3: Periodismo y Comunicación Audiovisual	
Número de profesores/as	5
Número y % de doctores/as	2 (40%)
Número y % de acreditados/as	2 (100%)
Número de profesores/as por categorías	Permanentes 1: 0 Asociados: 5
Materias / asignaturas	• Influencia de los Medios en la Comunicación Política • El Contexto de la Sociedad de la Información.
ECTS impartidos (previstos)	6
ECTS disponibles (potenciales)	85

Área o ámbito de conocimiento 4: Publicidad y Relaciones Públicas	
Número de profesores/as	3
Número y % de doctores/as	3 (100%)
Número y % de acreditados/as	3 (100%)
Número de profesores/as por categorías	Permanentes 1: 1 Asociados: 2

Materias / asignaturas	• Organización de Eventos Políticos y Debates Electorales • Planificación y Gestión de Campañas
ECTS impartidos (previstos)	6
ECTS disponibles (potenciales)	50

Área o ámbito de conocimiento 5: Marketing/Economía/Empresa	
Número de profesores/as	3
Número y % de doctores/as	2 (66,67%)
Número y % de acreditados/as	2 (100%)
Número de profesores/as por categorías	Permanentes 1: 0 Asociados: 3 Otros: 0
Materias / asignaturas	• Diseño del Plan de Comunicación y Gestión de Crisis • Estrategia y Diseño del Plan de Marketing Digital y Social Media
ECTS impartidos (previstos)	6
ECTS disponibles (potenciales)	25

La adscripción del profesorado a los distintos ámbitos de conocimiento responde a criterios de especialización académica y profesional, asignándose cada docente a un único ámbito en función de su perfil y de las materias impartidas. Esta distribución garantiza la coherencia entre el perfil del profesorado y los contenidos del plan de estudios, así como la cobertura adecuada de las distintas áreas que integran el máster.

En conjunto, la capacidad docente disponible en los ámbitos de conocimiento implicados es superior a la docencia asignada, lo que asegura la viabilidad, estabilidad y sostenibilidad del plan docente del título, en coherencia con los datos globales de la plantilla de profesorado recogidos en el apartado 5.1.

5.2.b) Méritos docentes del profesorado no acreditado y/o méritos de investigación del profesorado no doctor

El Máster en Comunicación Política Avanzada cuenta con un equipo de docentes no doctores y/o no acreditados que aportan una amplia trayectoria profesional en ámbitos clave como la comunicación política, la producción audiovisual, los medios de comunicación, la consultoría estratégica, el marketing digital y la gestión de proyectos. Su experiencia profesional complementa de manera eficaz la formación académica del profesorado doctor y acreditado, reforzando el carácter aplicado y profesionalizador del máster.

Entre estos perfiles destaca **Saskia María Luengo de Andrade**, licenciada en Comunicación Social, con una extensa trayectoria en producción de contenidos, narrativa audiovisual y storytelling en contextos internacionales. Ha desarrollado proyectos para organizaciones públicas y privadas y aporta docencia especializada en comunicación visual y análisis mediático. Perfil: https://www.linkedin.com/in/saskialuengo

Susana García García-Tuñón, licenciada en Ciencias Económicas y Empresariales, cuenta con experiencia en consultoría, análisis de mercados y comunicación corporativa. Su perfil se orienta a la

interpretación de información económica, la gestión institucional y la toma de decisiones estratégicas, áreas en las que desarrolla su actividad docente. Perfil: https://www.linkedin.com/in/susanagarciatunon

Juan Manuel Meiriño Accavallo, licenciado en Comunicación, desarrolla su actividad profesional en el ámbito audiovisual y la comunicación institucional. Ha trabajado como realizador, editor y consultor en proyectos informativos y publicitarios, aportando docencia en producción digital, análisis mediático y técnicas audiovisuales aplicadas a la comunicación política. Perfil: https://www.linkedin.com/in/juanmanuelmeirino

María Fernández Rey, licenciada en Ciencias de la Información, ha desarrollado su carrera en redacción periodística, gabinetes institucionales y consultoría de comunicación. Imparte formación en expresión oral y escrita, portavocía y estrategias de comunicación institucional, con experiencia en programas de liderazgo público. Perfil: https://www.linkedin.com/in/mariafernandezrey

Pablo Palomino Gutiérrez, licenciado en Comunicación Audiovisual, cuenta con experiencia en producción, realización y edición de contenidos para campañas políticas y comunicación corporativa. Aporta conocimientos aplicados en creatividad audiovisual, diseño de mensajes y comunicación para redes sociales. Perfil: https://www.linkedin.com/in/pablopalomino

José Manuel Piedrafita Moreno, licenciado en Humanidades, desarrolla su actividad en marketing digital, consultoría estratégica y dirección de proyectos. Ha liderado campañas de social media y análisis de audiencias, centrando su docencia en competencias digitales y planificación estratégica. Perfil: https://www.linkedin.com/in/jmpiedrafita

Junto a este grupo, el máster incorpora docentes doctores no acreditados con una trayectoria investigadora relevante.

Virginia García Beaudoux, doctora en Psicología, es especialista internacional en comunicación política, liderazgo y género, con una amplia producción científica y experiencia como asesora institucional. Perfil: https://www.linkedin.com/in/virginiagbeaudoux

Pablo Hidalgo Cobo, doctor en Sociología, investiga en opinión pública y comportamiento político, combinando docencia universitaria con participación en proyectos de investigación aplicada. Perfil: https://www.linkedin.com/in/pablohidalgo

Luis Felipe Dias Rangel, doctor en Economía Política, ha desarrollado docencia e investigación en economía política, geopolítica y políticas públicas. Perfil: https://www.linkedin.com/in/luisfeliperangel

Sonia Cea Quintana, doctora en Periodismo, investiga sobre desinformación, medios y redes sociales, con experiencia docente en análisis mediático y comunicación digital.
Perfil: https://www.linkedin.com/in/soniacea

En conjunto, este profesorado refuerza la dimensión aplicada del máster y contribuye de manera significativa al desarrollo de competencias profesionales alineadas con las exigencias actuales del ámbito de la comunicación política.

5.2.c) Perfil del profesorado necesario y no disponible y plan de contratación

No es necesario contratar más profesorado.

5.2.d) Perfil básico de otros recursos de apoyo a la docencia necesarios

Tabla. Perfil del personal de apoyo a la docencia

Categoría	Lugar de trabajo	Título académico y experiencia profesional

Jefe/a de Área de Gestión	Gestión académica y administrativa	Titulación universitaria; mínimo dos años de experiencia en coordinación y gestión universitaria.
Estructura de Gestión y Servicios Generales	Secretaría académica, calidad, servicios al estudiante	Titulación universitaria (grado o equivalente); mínimo un año de experiencia en gestión académica, procesos administrativos o servicios generales.
Técnico/a Informático/a	Servicios informáticos, soporte al campus virtual	Formación profesional superior o titulación universitaria en informática; mínimo un año de experiencia en sistemas, soporte tecnológico y mantenimiento de plataformas digitales.
Personal de apoyo administrativo	Admisión, atención al estudiante, apoyo a docencia	Formación profesional o titulación universitaria; mínimo un año de experiencia en gestión administrativa y atención al usuario.

El PTGAS proporciona apoyo directo en la matrícula y expedientes, coordinación del máster, gestión de Moodle, soporte en videoconferencias y docencia online, administración de aulas, apoyo a la **evaluación**, gestión documental, seguimiento de estudiantes y organización de actividades académicas presenciales y virtuales.

Además, el servicio informático garantiza la operatividad del campus virtual y la asistencia técnica a profesorado y estudiantes, especialmente relevante para la enseñanza semipresencial y online.
En conjunto, estos recursos humanos permiten asegurar una experiencia académica adecuada, eficiente y alineada con los estándares de calidad de la Universitat de Lleida y del propio centro.

6. RECURSOS PARA EL APRENDIZAJE: MATERIALES E INFRAESTRUCTURALES, PRÁCTICAS Y SERVICIOS

6.1. Recursos materiales y servicios

El Centro de Educación Superior Next, S.L. modifica su domicilio, que pasa de estar ubicado en la calle Almagro número 42, planta baja, código postal 28010 de Madrid, a la nueva dirección: calle Núñez Morgado número 5, código postal 28036 de Madrid.

El traslado supone una mejora sustancial en la calidad de los espacios docentes, la adecuación normativa y la disponibilidad de infraestructuras tecnológicas. El nuevo emplazamiento cuenta con una superficie intramuros de 595,27 m² y una superficie útil de 572,45–577,20 m², según la configuración docente empleada, tal como se detalla en los planos técnicos del proyecto de reforma. Las instalaciones han sido diseñadas de acuerdo con los criterios académicos exigidos para centros adscritos, así como conforme a la normativa vigente en seguridad, accesibilidad y calidad de los entornos de aprendizaje.

En el siguiente enlace pueden verse las características de la nueva sede académica de Next

Pueden verse los recursos materiales y servicios del centro en este enlace que describe el soporte informático y tecnológico para la docencia online

6.2 Procedimiento para la gestión de las prácticas académicas externas

No procede

6.3. Previsión de dotación de recursos materiales y servicios

La titulación cuenta con todos los recursos materiales y servicios necesarios para su impartición.

7. CALENDARIO DE IMPLANTACIÓN

7.1. Cronograma de implantación del título

La presente titulación es de nueva implantación y no extingue o sustituye ningún título oficial o propio preexistente. Su calendario de implantación coincide con el calendario oficial de postgrado de la UDL para el curso 2017-2018; esto es, se iniciará en octubre de 2017 y finalizará en junio de 2018.

Está modificación se implantará el curso 2026-27

7.2 Procedimiento de adaptación

No aplica

7.3 Enseñanzas que se extinguen

No aplica

8. SISTEMA INTERNO DE GARANTÍA DE LA CALIDAD

8.1. Sistema Interno de Garantía de la Calidad

Enlace: https://cesnext.com/sistema-gestion-interno-calidad-sgic/

8.2. Medios para la información pública

El alumnado tendrá acceso a la información académica mediante la web de los centros y de las específicas de cada titulación (información sobre el acceso: acogida y orientación, calendario y horarios, matrícula, información en cifras sobre la titulación, Plan de Estudios, guías docentes, recursos de aprendizaje, sistema de garantía de calidad, contacto con la coordinación de la titulación, etc.)

UdL también informará y dará soporte al alumnado especialmente mediante las webs:

- Unidad de Información y Orientación Universitaria. La finalidad de esta unidad administrativa es canalizar la información, asesorar y orientar al alumnado en: programa de orientación y tutoría universitaria (UdL Acompaña- Néstor), programa dirigido a la atención personalizada para las personas con discapacidad (UdLxTothom), información sobre becas y ayudas, Servicio de Atención Psicológica al alumnado, bolsa de trabajo para fomentar la ocupabilidad del alumnado, ventajas carnet UdL…
- Unidad de Relaciones Internacionales.
- Oficina de Gestión de Prácticas Externas
- Instituto de Lenguas
- Cooperación y Solidaridad
- Cátedra de Emprendimiento de la UdL
- Servicio Cultural
- Servicio de Deportes
- Promoción de la Salud y sensibilización con el medio ambiente

La información está adaptada a los diferentes perfiles y tiene en consideración la perspectiva de género y criterios de inclusividad.

Además de los recursos institucionales de la UdL, la titulación dispone de medios propios que garantizan una comunicación clara, accesible y actualizada con el alumnado. Entre ellos, el Aula Virtual/Campus Virtual como espacio principal para materiales, avisos y contacto con el profesorado; la página web de la titulación, con información detallada sobre el plan de estudios, coordinación, calendario, prácticas, movilidad, TFM y líneas de investigación; y el uso del correo institucional y del tablón digital para difundir fechas clave, convocatorias y actividades de interés. La titulación también ofrece tutorías académicas personalizadas, reuniones informativas periódicas y actividades formativas y divulgativas (seminarios, jornadas, talleres, encuentros con profesionales, etc.) que facilitan el acceso a información actual y fomentan la participación del alumnado. Estos recursos se complementan con los servicios transversales de la UdL y con herramientas digitales internas (Teams, intranet, repositorios y software académico), asegurando una comunicación inclusiva, con perspectiva de género y adaptada a distintos perfiles, que contribuye al acompañamiento y la transparencia a lo largo del proceso formativo.

8.3 Anexos

ANEXO I Despliegue de los resultados de aprendizaje de la titulación en las materias del plan de estudios

Materias del Plan de Estudios	**RAT 01**	**RAT 02**	**RAT 03**	**RAT 04**	**RAT 05**	**RAT 06**	**RAT 07**	**RAT 08**	**RAT 09**	**RAT 10**	**RAT 11**	**RAT 12**	**RAT 13**	**RAT 14**	**RAT 15**	**RAT 16**	**RAT 17**	**RAU 01**	**RAU 02**	**RAU 03**	**RAU 04**	**RAU 05**
La Comunicación Política en la Sociedad del Siglo XXI	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X							X		X		
El Plan de Comunicación Política y Marketing Digital					X	X	X		X	X	X	X	X	X	X	X			X	X	X	
Las Campañas Políticas									X	X	X	X	X	X	X	X			X	X	X	
Trabajo de Fin de Máster (TFM)												X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

ANEXO II Resultados de aprendizaje de las materias por asignatura

	Resultados de aprendizaje							
Materia 1: La Comunicación Política en la Sociedad del Siglo XXI (18 ECTS)	**RAM01**	**RAM02**	**RAM03**	**RAM04**	**RAM05**	**RAM06**	**RAM07**	**RAM08**
El contexto de la Sociedad de la Información	X	X	•	•	•	X	X	•
Influencia de los medios en la Comunicación Política	•	X	X	X	•	X	•	X
El Discurso Político: Análisis y técnicas discursivas	•	•	•	X	X	•	X	X

	Resultados de aprendizaje							
Materia 2: El Plan de Comunicación Política y Marketing Digital (18 ECTS)	**RAM09**	**RAM10**	**RAM11**	**RAM12**	**RAM13**	**RAM14**	**RAM15**	**RAM16**
Diseño del Plan de Comunicación y Gestión de Crisis	X		X	X			X	X
Estrategia y diseño del Plan de Marketing Digital y Social Media		X			X	X	X	
Consultoría Política y Habilidades de Comunicación para Portavoces		X	X					X

	Resultados de aprendizaje							
Materia 3: Las Campañas Políticas (18 ECTS)	**RAM17**	**RAM18**	**RAM19**	**RAM20**	**RAM21**	**RAM22**	**RAM23**	**RAM24**
Redes y Poder: Actores Políticos, Sociedad Civil y Opinión Pública	X	X					X	X
Planificación y Gestión de Campañas		X	X	X		X		X
Organización de Eventos Políticos y Debates Electorales				X	X	X		

	Resultados de aprendizaje							
Materia 4: Trabajo de Fin de Máster (6 ECTS)	**RAM25**	**RAM26**	**RAM27**	**RAM28**	**RAM29**	**RAM30**	**RAM31**	**RAM32**
Trabajo de Fin de Máster	X	X	X	X	X	X	X	X

ANEXO III Relación entre las competencias (titulación vigente) y los resultados de aprendizaje de la titulación

Este anexo presenta la correlación entre las competencias de la titulación vigente y los Resultados de Aprendizaje de la Titulación (RAT) definidos según el RD 822/2021. Su propósito es garantizar la trazabilidad entre el plan anterior y el nuevo diseño derivado de la modificación sustancial, mostrando de manera clara cómo cada competencia encuentra su correspondencia en los RAT que ordenan la presente memoria.

Competencias (titulación vigente)	***Resultados de aprendizaje de la titulación (RAT, con descripción)***
CG1 Desarrollar un pensamiento estratégico en comunicación política y marketing digital.	**RAT09.** Analizar escenarios políticos y mediáticos complejos identificando actores, intereses, relaciones de poder y dinámicas de interacción para fundamentar la toma de decisiones estratégicas. **RAT11.** Evaluar críticamente discursos, campañas y estrategias comunicativas mediante la aplicación de enfoques teóricos y metodológicos avanzados. **RAT12.** Diseñar estrategias de comunicación política adaptadas a distintos objetivos específicos, públicos diversos y contextos institucionales complejos. **RAT14.** Planificar campañas de comunicación y marketing digital integrando canales, recursos, técnicas de segmentación y herramientas de análisis para optimizar resultados.
CG2 Buscar, organizar y manejar documentación de fuentes primarias y secundarias.	**RAT05.** Diseñar y justificar estrategias metodológicas de investigación cualitativa, cuantitativa y digital para el análisis avanzado de fenómenos de comunicación política. **RAT10.** Interpretar datos de opinión pública, comportamiento electoral y métricas digitales para elaborar para elaborar diagnósticos y conclusiones fundamentadas en evidencias. **RAT17.** Integrar conocimientos avanzados de comunicación política, análisis estratégico y metodologías especializadas para diseñar, fundamentar y evaluar actuaciones comunicativas de forma autónoma y crítica en contextos políticos e institucionales complejos.
CG3 Integrar críticamente tecnologías de la información y la comunicación.	**RAT06.** Analizar críticamente las dinámicas del ecosistema digital y evaluar el impacto de la desinformación, polarización y manipulación informativa en la esfera pública. **RAT07.** Integrar y valorar los principios del marketing político y digital, para fundamentar estrategias de segmentación, posicionamiento y construcción de marca. RAU02 Aplicar tecnologías digitales en su ámbito de conocimiento.
CG4 Analizar, sintetizar y planificar información para proyectos profesionales.	**RAT06.** Analizar críticamente las dinámicas del ecosistema digital y evaluar el impacto de la desinformación, polarización y manipulación informativa en la esfera pública. **RAT07.** Integrar y valorar los principios del marketing político y digital, para fundamentar estrategias de segmentación, posicionamiento y construcción de marca. RAU02 Aplicar tecnologías digitales en su ámbito de conocimiento.
CG5 Aplicar conocimientos en toma de decisiones y resolución de conflictos.	**RAT15.** Gestionar situaciones de crisis comunicativa mediante la evaluación de riesgos, la definición de estrategias de respuesta y la toma de decisiones en contextos de incertidumbre. **RAT17.** Integrar conocimientos avanzados de comunicación política, análisis estratégico y metodologías especializadas para diseñar, fundamentar y evaluar actuaciones comunicativas de

	forma autónoma y crítica en contextos políticos e institucionales complejos.
CG6 Trabajar en equipo con liderazgo y toma de decisiones.	**RAT16.** Liderar y ejecutar procesos de comunicación profesional, portavocía y argumentación en contextos institucionales y mediáticos complejos. RAU03 Proponer soluciones innovadoras, creativas y emprendedoras en situaciones profesionales reales.
CG7 Planificar y gestionar tiempo en equipos multidisciplinares.	**RAT16.** Liderar y ejecutar procesos de comunicación profesional, portavocía y argumentación en contextos institucionales y mediáticos complejos. **RAT14.** Planificar campañas de comunicación y marketing digital integrando canales, recursos, técnicas de segmentación y herramientas de análisis para optimizar resultados.
CG8 Formular ideas claras y eficaces oralmente y por escrito.	**RAT13.** Diseñar y producir discursos, narrativas y contenidos comunicativos adaptados estratégicamente a diferentes formatos, ~~y~~ audiencias y entornos de comunicación política. **RAT16.** Liderar y ejecutar procesos de comunicación profesional, portavocía y argumentación en contextos institucionales y mediáticos complejos. RAU01 Explicar información y conocimientos de forma clara y precisa, oralmente y por escrito, en castellano.
CE1 Analizar entramados mediáticos y detectar oportunidades profesionales.	**RAT02.** Argumentar y justificar los modelos de relación entre instituciones, actores políticos, medios y ciudadanía. **RAT09.** Analizar escenarios políticos y mediáticos complejos identificando actores, intereses, relaciones de poder y dinámicas de interacción para fundamentar la toma de decisiones estratégicas.
CE2 Identificar relaciones entre actores políticos y sistemas mediáticos.	**RAT02.** Argumentar y justificar los modelos de relación entre instituciones, actores políticos, medios y ciudadanía.
CE3 Elaborar y analizar discursos políticos.	**RAT03.** Evaluar y diagnosticar los procesos de construcción del discurso político y su impacto en la opinión pública. **RAT13.** Diseñar y producir discursos, narrativas y contenidos comunicativos adaptados estratégicamente a diferentes formatos, ~~y~~ audiencias y entornos de comunicación política.
CE4 Diseñar y ejecutar proyectos comunicativos y planes de comunicación.	**RAT12.** Diseñar estrategias de comunicación política adaptadas a distintos objetivos específicos, públicos diversos y contextos institucionales complejos. **RAT14.** Planificar campañas de comunicación y marketing digital integrando canales, recursos, técnicas de segmentación y herramientas de análisis para optimizar resultados.
CE5 Diseñar y gestionar comunicación en crisis.	**RAT15.** Gestionar situaciones de crisis comunicativa mediante la evaluación de riesgos, la definición de estrategias de respuesta y la toma de decisiones en contextos de incertidumbre.
CE6 Gestionar marketing y comunicación digital.	RAT07 Explicar los principios del marketing político y digital, segmentación de públicos y marca política. **RAT14.** Planificar campañas de comunicación y marketing digital integrando canales, recursos, técnicas de segmentación y herramientas de análisis para optimizar resultados.

CE7 Conocer consultoría política y aplicar técnicas de asesoría.	**RAT16.** Liderar y ejecutar procesos de comunicación profesional, portavocía y argumentación en contextos institucionales y mediáticos complejos.
CE8 Desarrollar habilidades de comunicación eficaz para portavocía.	**RAT16.** Liderar y ejecutar procesos de comunicación profesional, portavocía y argumentación en contextos institucionales y mediáticos complejos.
CE9 Identificar y valorar redes como sistemas de transmisión y acción.	**RAT06.** Analizar críticamente las dinámicas del ecosistema digital y evaluar el impacto de la desinformación, polarización y manipulación informativa en la esfera pública. RAU02 Aplicar tecnologías digitales ~~específicas del ámbito profesional~~ en su ámbito de conocimiento.
CE10 Identificar públicos e innovación basada en big data.	**RAT10.** Interpretar datos de opinión pública, comportamiento electoral y métricas digitales para elaborar para elaborar diagnósticos y conclusiones fundamentadas en evidencias.
CE11 Planificar campañas políticas integralmente.	**RAT14.** Planificar campañas de comunicación y marketing digital integrando canales, recursos, técnicas de segmentación y herramientas de análisis para optimizar resultados. **RAT17.** Integrar conocimientos avanzados de comunicación política, análisis estratégico y metodologías especializadas para diseñar, fundamentar y evaluar actuaciones comunicativas de forma autónoma y crítica en contextos políticos e institucionales complejos.
CE12 Planificar y organizar eventos políticos y su comunicación.	**RAT12.** Diseñar estrategias de comunicación política adaptadas a distintos objetivos específicos, públicos diversos y contextos institucionales complejos. **RAT16.** Liderar y ejecutar procesos de comunicación profesional, portavocía y argumentación en contextos institucionales y mediáticos complejos.
CT5 Aplicar perspectiva de género profesionalmente.	**RAT08.** Evaluar el marco ético, normativo y deontológico aplicable a la comunicación política e institucional, fundamentando la toma de decisiones responsables en contextos complejos. **RAT05.** Diseñar y justificar estrategias metodológicas de investigación cualitativa, cuantitativa y digital para el análisis avanzado de fenómenos de comunicación política. RAU04 Evaluar la sostenibilidad y el impacto social de las propuestas planteadas con responsabilidad ética, medioambiental y profesional

ANEXO IV Traducción a los 2 idiomas de los Resultados de aprendizaje de la titulación y de las materias

Código	Resultado de aprendizaje (ES)	Learning outcome (EN)
RAT01	Describir los fundamentos teóricos de la comunicación política y su desarrollo histórico en el contexto contemporáneo.	Describe the theoretical foundations of political communication and its historical development in the contemporary context.
RAT02	Explicar los modelos de relación entre instituciones, actores políticos, medios y ciudadanía.	Explain the models of interaction between institutions, political actors, media and citizens.
RAT03	Identificar los procesos de construcción del discurso político y su impacto en la opinión pública.	Identify the processes involved in the construction of political discourse and their impact on public opinion.
RAT04	Comparar los principales enfoques teóricos sobre agenda mediática, encuadre y efectos comunicativos.	Compare the main theoretical approaches to media agenda-setting, framing and communication effects.
RAT05	Aplicar métodos de investigación cualitativa, cuantitativa y digital en el análisis de fenómenos comunicativos.	Apply qualitative, quantitative and digital research methods to the analysis of communication phenomena.
RAT06	Describir las dinámicas del ecosistema digital y fenómenos de desinformación, polarización y manipulación informativa.	Describe the dynamics of the digital ecosystem and phenomena such as disinformation, polarization and information manipulation.
RAT07	Explicar los principios del marketing político y digital, segmentación de públicos y marca política.	Explain the principles of political and digital marketing, audience segmentation and political branding.
RAT08	Identificar el marco ético, normativo y deontológico aplicable a la comunicación política e institucional.	Identify the ethical, regulatory and professional framework applicable to political and institutional communication.
RAT09	Analizar escenarios políticos y mediáticos complejos identificando actores, intereses y dinámicas.	Analyse complex political and media scenarios by identifying actors, interests and dynamics.
RAT10	Interpretar datos de opinión pública y métricas digitales para elaborar conclusiones fundamentadas.	Interpret public opinion data and digital metrics to draw well-founded conclusions.
RAT11	Evaluar discursos, campañas y estrategias comunicativas desde perspectivas críticas y metodológicas.	Evaluate discourses, campaigns and communication strategies from critical and methodological perspectives.
RAT12	Diseñar estrategias de comunicación política adaptadas a distintos objetivos, públicos y contextos.	Design political communication strategies adapted to different objectives, audiences and contexts.
RAT13	Producir discursos, narrativas y contenidos comunicativos adecuados a diferentes formatos y audiencias.	Produce discourses, narratives and communication content suitable for different formats and audiences.
RAT14	Planificar campañas de comunicación y marketing digital integrando canales, técnicas y herramientas.	Plan communication and digital marketing campaigns by integrating channels, techniques and tools.
RAT15	Gestionar situaciones de crisis comunicativa valorando riesgos, impactos y alternativas.	Manage communication crisis situations by assessing risks, impacts and alternatives.
RAT16	Ejecutar procesos de comunicación profesional, portavocía y argumentación en contextos institucionales y mediáticos.	Carry out professional communication processes, spokesperson roles and argumentation in institutional and media contexts.
RAT17	Integrar conocimientos avanzados de comunicación política para intervenir de forma autónoma y crítica en contextos complejos.	Integrate advanced knowledge of political communication to act autonomously and critically in complex contexts.
RAU01	Explicar información y conocimientos de forma clara y precisa, oralmente y por escrito, en castellano.	Communicate information and knowledge clearly and accurately, orally and in writing, in Spanish.

RAU02	Aplicar las tecnologías digitales en su ámbito de conocimiento.	Apply digital technologies within one's field of knowledge.
RAU03	Proponer soluciones innovadoras, creativas y emprendedoras en situaciones propias del ámbito profesional.	Propose innovative, creative and entrepreneurial solutions in professional contexts.
RAU04	Evaluar la sostenibilidad y el impacto social de las propuestas planteadas con responsabilidad ética, medioambiental y profesional.	Evaluate the sustainability and social impact of proposed solutions with ethical, environmental and professional responsibility.
RAU05	Aplicar la perspectiva de género en las tareas propias del ámbito profesional.	Apply a gender perspective in professional tasks and activities.

Código	**Español**	**English**
RAM01	Analizar la evolución de la comunicación política en la sociedad contemporánea mediante el estudio de modelos teóricos y casos actuales.	*Analyse the evolution of political communication in contemporary society through the study of theoretical models and current cases.*
RAM02	Identificar actores, flujos de información y relaciones de poder del sistema político-mediático a través del análisis de entornos comunicativos reales.	*Identify actors, information flows and power relations in the political-media system through the analysis of real communication environments.*
RAM03	Evaluar la influencia de los medios de comunicación en la opinión pública mediante el análisis crítico de contenidos informativos y narrativas políticas.	*Evaluate the influence of the media on public opinion through critical analysis of informative content and political narratives.*
RAM04	Distinguir tipologías de mensajes políticos y mediáticos aplicando conceptos de agenda setting, framing y efectos de los medios.	*Distinguish types of political and media messages by applying concepts of agenda setting, framing and media effects.*
RAM05	Analizar discursos políticos mediante técnicas de análisis del discurso y el examen de marcos interpretativos.	*Analyse political speeches using discourse analysis techniques and the examination of interpretative frameworks.*
RAM06	Interpretar estudios y datos sobre consumo informativo para comprender patrones de participación política.	*Interpret studies and data on media consumption to understand political participation patterns.*
RAM07	Relacionar teorías de comunicación política con casos contemporáneos de liderazgo, gestión institucional y debate público.	*Relate political communication theories to contemporary cases of leadership, institutional management and public debate.*
RAM08	Aplicar criterios éticos y deontológicos al análisis de prácticas de comunicación política y mediática.	*Apply ethical and deontological criteria to the analysis of political and media communication practices.*
RAM09	Diseñar planes integrales de comunicación política mediante la definición estructurada de objetivos, públicos, mensajes y canales.	*Design comprehensive political communication plans by structuring objectives, audiences, messages and channels.*
RAM10	Elaborar argumentarios, discursos y contenidos multimedia adaptados a distintos públicos y contextos comunicativos.	*Develop arguments, speeches and multimedia content adapted to different audiences and communication contexts.*
RAM11	Aplicar técnicas de portavocía y comunicación profesional en contextos institucionales y mediáticos simulados o reales.	*Apply spokesperson and professional communication techniques in simulated or real institutional and media contexts.*
RAM12	Evaluar riesgos comunicativos y escenarios críticos a partir del análisis de casos para la elaboración de protocolos de crisis.	*Assess communication risks and critical scenarios based on case analysis to develop crisis protocols.*
RAM13	Desarrollar estrategias de marketing digital político integrando herramientas de segmentación, posicionamiento y analítica.	*Develop political digital marketing strategies integrating segmentation, positioning and analytics tools.*
RAM14	Gestionar comunidades digitales mediante técnicas de interacción, dinamización y reputación online.	*Manage digital communities through interaction, engagement and online reputation techniques.*
RAM15	Utilizar herramientas digitales para la monitorización del entorno político y	*Use digital tools to monitor the political and media environment and track*

	mediático y el seguimiento de campañas.	*campaigns.*
RAM16	Asesorar a actores políticos e institucionales aplicando criterios de consultoría estratégica y liderazgo comunicativo.	*Advise political and institutional actors applying strategic consultancy criteria and communicative leadership.*
RAM17	Analizar dinámicas de redes sociales y participación ciudadana mediante el estudio de campañas políticas contemporáneas.	*Analyse social media dynamics and citizen participation through the study of contemporary political campaigns.*
RAM18	Evaluar estrategias de movilización, persuasión y posicionamiento político a partir del análisis comparado de campañas.	*Evaluate mobilisation, persuasion and political positioning strategies based on comparative campaign analysis.*
RAM19	Planificar campañas electorales mediante la definición de fases, objetivos, mensajes y recursos estratégicos.	*Plan electoral campaigns by defining phases, objectives, messages and strategic resources.*
RAM20	Elaborar cronogramas y estructuras organizativas de campañas políticas aplicando criterios de eficiencia y coordinación.	*Develop timelines and organisational structures for political campaigns by applying efficiency and coordination criteria.*
RAM21	Diseñar eventos políticos, debates y actos públicos coherentes con la estrategia general de campaña.	*Design political events, debates and public acts consistent with the overall campaign strategy.*
RAM22	Aplicar técnicas de gestión operativa y coordinación en escenarios electorales complejos.	*Apply operational management and coordination techniques in complex electoral scenarios.*
RAM23	Interpretar datos de seguimiento electoral, encuestas y métricas de comportamiento político para la toma de decisiones.	*Interpret electoral tracking data, surveys and political behaviour metrics to support decision making.*
RAM24	Identificar buenas prácticas y errores comunes en campañas políticas mediante el análisis comparado de casos reales.	*Identify good practices and common mistakes in political campaigns through comparative analysis of real cases.*
RAM25	Definir un problema, objetivo o pregunta de investigación o intervención profesional en el ámbito de la comunicación política.	*Define a research problem, objective or professional intervention question in the field of political communication.*
RAM26	Seleccionar metodologías adecuadas al objeto de estudio o proyecto planteado.	*Select appropriate methodologies for the study object or proposed project.*
RAM27	Analizar datos relevantes para sustentar conclusiones fundamentadas.	*Analyse relevant data to support well-founded conclusions.*
RAM28	Diseñar propuestas comunicativas o investigaciones aplicando criterios profesionales, éticos y metodológicos.	*Design communicative proposals or research applying professional, ethical and methodological criteria.*
RAM29	Integrar conocimientos teóricos y prácticos adquiridos a lo largo del máster en un trabajo coherente.	*Integrate theoretical and practical knowledge acquired throughout the master's programme into a coherent project.*
RAM30	Elaborar un informe final con estructura académica o profesional adecuada y redacción rigurosa.	*Produce a final report with an appropriate academic or professional structure and rigorous writing.*
RAM31	Analizar datos relevantes para sustentar conclusiones fundamentadas.	*Analyse relevant data to support well-founded conclusions.*
RAM32	Valorar críticamente los resultados, limitaciones y aportaciones del trabajo realizado.	*Critically evaluate the results, limitations and contributions of the completed work.*

ANEXO V Traducción a los 2 idiomas del Plan de estudios de la titulación

Materia (Castellano)	**Subject (English)**	**Asignatura (Castellano)**	**Course (English)**
La Comunicación Política en la Sociedad del Siglo XXI	Political Communication in 21st Century Society	El Contexto de la Sociedad de la Información	The Information Society Context
La Comunicación Política en la Sociedad del Siglo XXI	Political Communication in 21st Century Society	Influencia de los Medios en la Comunicación Política	Influence of the Media on Political Communication
La Comunicación Política en la Sociedad del Siglo XXI	Political Communication in 21st Century Society	El Discurso Político: Análisis y Técnicas Discursivas	Political Discourse: Analysis and Discursive Techniques
El Plan de Comunicación Política y Marketing Digital	Political Communication and Digital Marketing Plan	Diseño del Plan de Comunicación y Gestión de Crisis	Communication Plan Design and Crisis Management
El Plan de Comunicación Política y Marketing Digital	Political Communication and Digital Marketing Plan	Estrategia y Diseño del Plan de Marketing Digital y Social Media	Strategy and Design of the Digital Marketing and Social Media Plan
El Plan de Comunicación Política y Marketing Digital	Political Communication and Digital Marketing Plan	Consultoría Política y Habilidades de Comunicación para Portavoces	Political Consulting and Communication Skills for Spokespeople
Las Campañas Políticas	Political Campaigns	Redes y Poder: Actores Políticos, Sociedad Civil y Opinión Pública	Networks and Power: Political Actors, Civil Society and Public Opinion
Las Campañas Políticas	Political Campaigns	Planificación y Gestión de Campañas	Campaign Planning and Management
Las Campañas Políticas	Political Campaigns	Organización de Eventos Políticos y Debates Electorales	Political Events and Electoral Debate Organization
Trabajo de Fin de Máster	Master's Thesis	Trabajo de Fin de Máster	Master's Thesis