

## DATOS GENERALES DE LA ASIGNATURA

**ASIGNATURA:** Rutas para la Dirección Estratégica de la Comunicación Pública

**PLAN DE ESTUDIOS:**

Máster Universitario en Investigación y Gestión de la Innovación en Comunicación (OMA-IICOMUNI)

**GRUPO:** 2324-O1

**CENTRO:** Facultad de Ciencias Sociales

**CARÁCTER DE LA ASIGNATURA:** Obligatorio

**ECTS:** 7,0

**CURSO:** 1º

**SEMESTRE:** 2º Semestre

**IDIOMA EN QUE SE IMPARTE:**

Castellano, excepto las asignaturas de idiomas que se impartirán en el idioma correspondiente

## DATOS DEL PROFESOR

**NOMBRE Y APELLIDOS:** JESUS GUTIERREZ VILLALTA

**EMAIL:** [jgutierrezv@uemc.es](mailto:jgutierrezv@uemc.es)

**TELÉFONO:** 983 00 10 00

**CV DOCENTE:**

LICENCIADO EN CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIOLOGÍA por la UNIVERSIDAD COMPLUTENSE, FECHA: 28/07/1993

DOCTOR por la Universidad Complutense

TÍTULO: Doctor en Ciencia Política

DEPARTAMENTO: CIENCIA POLÍTICA Y DE LA ADMINISTRACIÓN

Fecha: 12 de julio de 2012

CALIFICACIÓN: SOBRESALIENTE CUM LAUDE

Master - Certificado de Aptitud Pedagógica CAP curso 2003/2004 en la Universidad de Castilla-La Mancha

Master: Diploma Superior de Bioética - por el Instituto de Salud Carlos III, y la Escuela Nacional de Salud del Ministerio de Sanidad, obtenido el 14/02/2008

Más de 10 años como profesor asociado en la universidad Carlos III de Madrid

Más de 14 años como profesor asociado en la Universidad de Castilla-La Mancha.

Profesor durante cinco años en el master de Liderazgo de la Universidad Carlos III

**Experiencia en online**

Profesor en el Master Máster en Asesoramiento de Imagen y

Consultoría Política, Modalidad distancia, CURSO 2022 - 2023 de la Universidad Camilo José Cela

Profesor tutor en la UNED de la provincia de Ciudad Real durante más de 20 años.

**CV PROFESIONAL:**

2020-2022 Director de Easiest Gobernanza y comunicación:

Planificación estratégica de políticas públicas para la Administración Local (turismo, comunicación, participación)

Diseño e implementación de herramientas digitales para la transparencia, gobierno electrónico, el buen gobierno, análisis social, campañas públicas, estudios y sondeos de opinión y de consumo.

Diseño y Gestión de contenidos y diseño políticas de comunicación para entidades públicas y privadas.

2019 - 2020 Director de Gabinete de la Vicepresidencia del Gobierno de Cantabria, España.

2016- 2020 Director en EASIEST gobernanza y comunicación

2011- 2016 Director en Municip. Política local y comunicación  
2011-2015 Decano del Colegio de Ciencias Políticas y Sociología en Castilla-La Mancha  
Entre los años 2000-2011 Asesor de gobiernos regionales, (Asesor de Presidencia, y de las Consejerías de Administraciones Públicas y de la de Industria, Jefe de Gabinete en Consejería Empleo y en el Consejo Económico y Social de Castilla-La Mancha)  
Director del periódico digital [www.elregionaldelamancha.es](http://www.elregionaldelamancha.es)

## DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

### DESCRIPTOR DE LA ASIGNATURA:

La asignatura Rutas para la dirección estratégica de la comunicación pública es una asignatura del Módulo 3: Nuevas tendencias para la gestión de la innovación en comunicación 360°. Se trata de una materia indispensable, y de plena actualidad, que orbita en torno al diseño estratégico de diversos planes de comunicación, orientados a empresas públicas y privadas y también a instituciones, organizaciones de diverso tipo y partidos políticos. Una vez cursada, el alumnado estará en condiciones de crear, desarrollar, identificar y gestionar la imagen de marca, así como la reputación de la misma, pero también la imagen y reputación de las personas, empresas y organizaciones para las que trabaje. La dirección de comunicación es una herramienta fundamental para gestionar la comunicación pública, la comunicación política y la imagen pública. No hay requisitos previos

### CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA:

1. **Rutas para la Dirección Estratégica de la Comunicación Pública**
  1. TEMA 1 : 1. INFORMACION Y COMUNICACIÓN EN LAS ORGANIZACIONES. 2. GESTION DE LA INFORMACIÓN. GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN. 3. GESTION DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN EN ORGANIZACIONES. 4. CONTEXTO PARA LA GESTIÓN. 5. COMPONENTES DE LA GESTIÓN. 6. MODELOS DE GESTIÓN
  2. TEMA 2 : 1. LA COMUNICACIÓN EN EL SIGLO XXI. 2. CAMBIOS EN EL MODELO DE COMUNICACIÓN. 3. LA COMUNICACIÓN DIGITAL O 2.0. 4. LA COMUNICACIÓN 3.0. 5. LA COMUNICACIÓN DE 360°
  3. TEMA 3 : 1. LA COMUNICACIÓN POLITICA. 2. TIPOS DE COMUNICACIÓN POLITICA. 3. ACTORES DE LA COMUNICACIÓN POLITICA. 4. ESTRATEGIAS Y HERRAMIENTAS DE LOS DIVERSOS ACTORES. 5. EL CONTEXTO DE LA COMUNICACIÓN POLITICA EN LA DEMOCRACIA
  4. TEMA 4 : 1. EL PLAN DE COMUNICACIÓN POLITICA EN ORGANIZACIONES REGIONALES, NACIONALES E INTERNACIONALES. 2. COMO DEBE SER EL PLAN DE COMUNICACIÓN. 3. CUESTIONES IMPRESCINDIBLES QUE DEBE CONTEMPLAR EL PLAN DE COMUNICACIÓN
  5. TEMA 5 : 1. ETAPAS DEL PLAN DE COMUNICACIÓN. 2. ANALISIS DEL ENTORNO. 3. OBJETIVOS. 4. PÚBLICO OBJETIVO. 5. EL MENSAJE. 6. ESTRATEGIA
  6. TEMA 6 : 1. ACCIONES DE COMUNICACIÓN. 2. CRONOGRAMA Y PRESUPUESTO. 3. CONTROL Y SEGUIMIENTO
  7. TEMA 7 : 1. LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL. 2. LA COMUNICACIÓN EN LAS ADMINISTRACIONES PÚBLICAS. 3. CARACTERISTICAS DE LAS ADMINISTRACIONES PÚBLICAS. 4. LA GESTION DE LA COMUNICACIÓN EN LA ADMINISTRACION PÚBLICA. 5. DIMENSIONES DE LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL
  8. TEMA 8 : 1. FUNCION DE LAS CAMPAÑAS ELECTORALES. 2. LA MODERNIZACION DE LAS CAMPAÑAS ELECTORALES. 3. TIPOS DE CAMPAÑA ELECTORAL. 4. ESTRATEGIAS DE CAMPAÑA ELECTORAL. 5. LA CAMPAÑA DIGITAL
  9. TEMA 9 : 1. EL MENSAJE EN LAS CAMPAÑAS ELECTORALES. 2. LA CONSTRUCCION DE MENSAJES ELECTORALES. 3. EL PAPEL DE LAS EMOCIONES. 4. ESLOGANES. 5. LOS MENSAJES POSITIVOS. 6. LOS MENSAJES NEGATIVOS
  10. TEMA 10 : 1. ¿QUÉ ES LA IMAGEN PÚBLICA? 2. TIPOS DE IMAGENES. 3. CREACION DE UNA IMAGEN PÚBLICA. 4. NUEVAS TECNICAS PARA GESTION DE LA IMAGEN PÚBLICA

### OBSERVACIONES CONTENIDO DE LA ASIGNATURA:

El alumno conseguirá las herramientas necesarias para idear, planificar y desarrollar diferentes planes de

comunicación, ya sea en empresas públicas como privadas. Además, estará capacitado para ejercer tareas de asesoría, consultoría y mediación. El alumno podrá identificar y gestionar la imagen y reputación de personas y empresas trabajando la identidad y la marca de esas organizaciones.

- Herramientas básicas para la gestión de la Comunicación Pública
- Activación de tendencias claves de Comunicación Política
- Marketing personal: nuevos métodos de asesoramiento de Imagen Pública

Los temas objeto de estudio para superar la asignatura son los siguientes:

#### RECURSOS DE APRENDIZAJE:

Los recursos de aprendizaje que se utilizarán en todas las asignaturas de la titulación (salvo las prácticas externas) para facilitar el proceso de enseñanza-aprendizaje, son:

- Campus online de la UEMC (Open Campus)
- Plataforma de Webconference (Adobe Connect)

Las comunicaciones con el profesor serán a través de Open Campus vía Mi correo, Tablón o/y Foro.

### COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE A ADQUIRIR POR EL ALUMNO

#### COMPETENCIAS BÁSICAS:

- CB6. Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación
- CB7. Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio
- CB8. Que los estudiantes sean capaces 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
- CB9. Que los estudiantes sepan 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
- CB10. Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo

#### COMPETENCIAS GENERALES:

- CG01. Capacidad de organización y planificación
- CG05. Capacidad para trabajar en equipos de carácter interdisciplinar
- CG07. Capacidad de crítica y autocrítica
- CG08. Habilidades interpersonales (tanto con miembros del entorno como con científicos/profesionales de otros centros)
- CG09. Reconocimiento a la diversidad y a la multiculturalidad
- CG10. Desarrollar hábitos de excelencia y calidad en el ejercicio profesional
- CG11. Capacidad para generar nuevas ideas (creatividad)
- CG12. Iniciativa y espíritu emprendedor
- CG13. Capacidad y habilidades de liderazgo
- CG14. Diseño y gestión de proyectos

#### COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- CE01. Capacidad para idear, planificar y desarrollar el plan de comunicación en organizaciones públicas y privadas
- CE02. Capacidad identificar, valorar y gestionar adecuadamente la identidad, comunicación, imagen, reputación y marca de una organización, producto o persona.
- CE03. Capacidad para llevar a cabo tareas de asesoría, consultoría y mediación

#### RESULTADOS DE APRENDIZAJE:

El alumno será capaz de:

- Crear, desarrollar y controlar un Plan de Comunicación Política en entidades políticas regionales, nacionales e internacionales.
- Estudiar las técnicas necesarias para diseñar una buena imagen de la organización política.
- Planificar estrategias eficaces con los recursos relativos al marketing y a la comunicación en los nuevos entornos electorales.
- Saber gestionar los nuevos retos de la cultura digital y relación con la polidemocracia.
- Manejar las herramientas comunicativas de las que disponen los dirigentes políticos para relacionarse con los ciudadanos.
- Conocer las estrategias de influencia de la comunicación participativa y su relación con los grupos de presión.
- Planificar estrategias de comunicación entre los agentes sociales que dinamizan el sistema político actual.

## BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS DE REFERENCIA GENERALES

### BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:

- Instituto Navarro de Administración Pública (2011): ¿Cómo planificar la comunicación desde una institución pública? Metodología para el diseño de planes de comunicación. Gobierno de Navarra.. ISBN: -
- MAZZOLENI, Gianpietro (2014): La comunicación política. Alianza Editorial. ISBN: 9788420669403
- DEL REY MORATÓ, Javier (2019): Comunicación política, Internet y campañas electorales: De la teledemocracia a la ciberdemocracia. Tecnos. ISBN: 978-8430976737

### BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA:

- GORDOA, Víctor. (2011): El poder de la imagen pública. . Biblos. ISBN: -

### WEBS DE REFERENCIA:

Web / Descripción

[Dir com](http://www.dircom.org/)(<http://www.dircom.org/>)  
Asociación nacional de directores de comunicación

## PLANIFICACIÓN DEL PROCESO DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE DE LA ASIGNATURA

### METODOLOGÍAS:

Se describe a continuación la metodología aplicada

### MÉTODO DIDÁCTICO:

El papel del profesor cobra importancia a través de la impartición de clases magistrales en tiempo real por videoconferencia que podrá utilizar para explicar los contenidos teóricos, resolver dudas que se planteen durante la sesión, ofrecer retroalimentación sobre las actividades de evaluación continua o realizar sesiones de tutoría de carácter grupal.

### MÉTODO DIALÉCTICO:

Se caracteriza por la participación de los alumnos en las actividades de evaluación continua de debate y la intervención de éstos a través del diálogo y de la discusión crítica (seminarios, grupos de trabajo, etc.). Utilizando este método el alumno adquiere conocimiento mediante la confrontación de opiniones y puntos de vista. El papel del profesor consiste en proponer a través de Open Campus temas referidos a la materia objeto de estudio que son sometidos a debate para, posteriormente, evaluar el grado de comprensión que han alcanzado los alumnos.

### MÉTODO HEURÍSTICO:

Este método puede desarrollarse de forma individual o en grupo a través de las actividades de evaluación continua (entregas de trabajos, resolución de ejercicios, presentaciones, etc.). El objetivo es que el alumno asuma un papel activo en el proceso de aprendizaje adquiriendo los conocimientos mediante la experimentación y la resolución de problemas.

### CONSIDERACIONES DE LA PLANIFICACIÓN:

Las actividades formativas que se realizan en la asignatura son las siguientes:

**Clases teóricas:** Actividad dirigida por el profesor que se desarrollará de forma sincrónica en grupo. Para la realización de esta actividad en Open Campus, la UEMC dispone de herramientas de Webconference que permiten una comunicación unidireccional en las que el docente puede desarrollar sesiones en tiempo real con posibilidad de ser grabadas para ser emitidas en diferido.

**Actividades prácticas:** Actividades supervisadas por el profesor que se desarrollarán fundamentalmente de forma asíncrona, y de forma individual o en grupo:

- Actividades de debate. Se trata de actividades en las que se genera conocimiento mediante la participación de los estudiantes en discusiones alrededor de temas de interés en las distintas asignaturas.
- Entregas de trabajos individuales o en grupos a partir de un enunciado o unas pautas de trabajo que establecerá el profesor.
- Resolución de ejercicios y problemas que el alumno debe realizar a través de Open Campus en un periodo de tiempo determinado. Esta actividad puede ser en formato test de evaluación.

**Tutorías:** Las tutorías podrán tener un carácter sincrónico o asíncrono y podrán desarrollarse de manera individual o en grupos reducidos.

Están previstas dos sesiones de tutoría por videoconferencia, una al inicio y otra al final del semestre. En la primera se presentará la asignatura y la guía docente y en la segunda, en las semanas previas a la evaluación final, se dedicará a la resolución de dudas de los estudiantes.

Además, el docente utiliza el Tablón, el Foro y el Sistema de correo interno de Open Campus para atender las necesidades y dudas académicas de los estudiantes.

### SESIONES EN TIEMPO REAL :

	Título
TU1	Presentación asignatura y Guía docente
CM1	Introducción: la imagen y la comunicación hoy
CM2	Comunicación política I: cultura digital y polidemocracia
CM3	Comunicación política II: cultura digital y polidemocracia
CM4	El plan de comunicación
CM5	Comunicación pública e institucional
CM6	Comunicación participativa y los grupos de presión
CM7	Comunicación y emociones: ciberdemocracia y ciudadanía digital
CM8	La imagen pública y el medio online: conclusión sobre la actualidad y el futuro
TU2	Resolución de dudas antes de la evaluación

### EVALUACIÓN CONVOCATORIA ORDINARIA:

Evaluación continua 60%  
Evaluación final 40%

#### ACTIVIDADES Y SISTEMAS DE EVALUACIÓN :

Tipo Evaluación	Nombre Actividad	% Calif.
Evaluación continua (60 %)	1. Actividad 1 (Entrega individual)	25
	2. Actividad 1 (Entrega individual)	25
	3. Test (Test de evaluación)	10
Evaluación final (40 %)	1. Prueba de evaluación final Online (Prueba de evaluación final)	40

#### CONSIDERACIONES EVALUACIÓN CONVOCATORIA ORDINARIA:

A lo largo de la planificación de la asignatura el alumno realizará **actividades de evaluación continua** que forman parte de la calificación de la asignatura con un peso del 60% sobre la nota final.

Para superar la evaluación continua, el alumno debe obtener una media de igual o superior a 5 entre todas las actividades. En el caso de no superar la evaluación continua, se guardan para la convocatoria extraordinaria las notas de aquellas actividades aprobadas, no pudiendo volver a presentarlas.

El sistema de evaluación de esta asignatura acentúa el desarrollo gradual de competencias y resultados de aprendizaje y, por tanto, se realizará una evaluación continua a través de las distintas actividades de evaluación propuestas. El resultado de la evaluación continua se calcula a partir de las notas obtenidas en cada actividad teniendo en cuenta el porcentaje de representatividad en cada caso.

Todas las actividades deberán entregarse en las fechas previstas para ello, teniendo en cuenta:

- Las actividades de evaluación continua (entrega de trabajos) se desarrollarán según se indica y, para ser evaluadas, los trabajos deberán ser entregados en la forma y fecha prevista y con la extensión máxima señalada. No se evaluarán trabajos entregados posteriormente a esta fecha o que no cumplan con los criterios establecidos por el profesor.
- La no entrega de una actividad de evaluación continua en forma y plazo se calificará con un 0 y así computarán en el cálculo de la nota de evaluación continua y final de la asignatura.
- Cualquier tipo de copia o plagio por mínimo que sea, supondrá una calificación de 0 en la actividad correspondiente.
- Las actividades de evaluación continua (tipo test) se desarrollarán con anterioridad a la realización de las pruebas de evaluación parcial y final de la asignatura

Los alumnos accederán a través de OpenCampus a las calificaciones de las actividades de evaluación continua en un plazo no superior a 15 días lectivos desde su fecha de entrega, excepto causas de fuerza mayor en cuyo caso se informará al alumno a través del Tablón.

La evaluación continua se completará con una **evaluación final online**, que se realizará al finalizar el periodo lectivo de cada asignatura. Los exámenes serán eminentemente prácticas, de manera que, los alumnos podrán disponer de los apuntes y consultarlos, (solo en formato digital) durante la realización de la prueba.

Para resolver el examen, los alumnos deberán descargar el enunciado de la prueba y una vez cumplimentado, subirlo en el espacio correspondiente del campus virtual

La prueba **supondrá un 40%** de la calificación sobre la nota final de la asignatura.

- El alumno tendrá la posibilidad, siempre dentro de los tres días siguientes a la publicación de las notas, a renunciar a su calificación, y presentarse en la siguiente convocatoria



- El alumno tendrá hasta 3 días después de la calificación para solicitar al docente más información sobre su calificación por el correo de la plataforma.ÍA DOCENTE
- Cualquier tipo de irregularidad o fraude en la realización de una prueba, supondrá una calificación de 0 en la prueba/convocatoria correspondiente.
- El aplazamiento concedido por la Universidad para la realización de una evaluación final se registrará por lo establecido en el Manual de "Directrices y plazos para la tramitación de una solicitud"

La nota final se corresponderá con la media aritmética del resultado obtenido en cada una de las partes. En caso de no superación, se guarda la parte aprobada para la convocatoria extraordinaria.

La **nota global** de la asignatura se obtiene ponderando la calificación de la evaluación continua y de la evaluación final según los siguientes porcentajes, y debiendo tener aprobadas ambas partes, continua y final, para superar la asignatura.

Si un alumno no se presenta a la prueba de evaluación final, su calificación en la convocatoria será de "No presentado", con independencia de que haya realizado alguna actividad de evaluación continua.

De igual modo si el alumno no entrega ninguna actividad de evaluación continua, obtendrá la calificación de "No presentado", con independencia de que haya aprobado la prueba de evaluación final, en cuyo caso, se le guardaría su calificación para la convocatoria extraordinaria

#### **EVALUACIÓN CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA:**

<b>Evaluación continua</b>	<b>60%</b>
<b>Evaluación final</b>	<b>40%</b>

#### **ACTIVIDADES Y SISTEMAS DE EVALUACIÓN :**

<b>Tipo Evaluación</b>	<b>Nombre Actividad</b>	<b>% Calif.</b>
Evaluación continua (60 %)	1. Actividad 1 (Entrega individual)	25
	2. Actividad 1 (Entrega individual)	25
	3. Test (Test de evaluación)	10
Evaluación final (40 %)	1. Prueba de evaluación final Online (Prueba de evaluación final)	40

#### **CONSIDERACIONES EVALUACIÓN CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA:**

Los estudiantes que no hayan superado la asignatura en la convocatoria ordinaria, porque hayan suspendido la evaluación continua o la prueba de evaluación final, podrán presentarse a las pruebas establecidas por el profesor en la convocatoria extraordinaria.

Para la convocatoria extraordinaria se guardan las calificaciones de las actividades de evaluación continua y prueba de evaluación final, superadas por el estudiante (nota superior o igual a 5), no permitiéndose volver a realizarlas.

- En convocatoria extraordinaria, el alumno solo podrá entregar las actividades de evaluación continua no superadas, guardándose la calificación de las aprobadas.
- El alumno tendrá hasta 3 días después de la calificación para solicitar al docente más información sobre su calificación por el correo de la plataforma.
- Cualquier tipo de irregularidad o fraude en la realización de una prueba, supondrá una calificación de 0 en la prueba/convocatoria correspondiente.
- El aplazamiento concedido por la Universidad para la realización de una evaluación final se registrará por lo establecido en el Manual de "Directrices y plazos para la tramitación de una solicitud".

En la convocatoria extraordinaria, la **nota global** de la asignatura se obtiene ponderando la calificación de la evaluación continua y de la evaluación final, de la misma forma que en la convocatoria ordinaria.

Al igual que en la convocatoria ordinaria, en la convocatoria extraordinaria es necesario superar tanto la evaluación continua como la evaluación final para aprobar la asignatura.

Si un alumno no se presenta a la prueba de evaluación final, su calificación en la convocatoria será de “No presentado”, con independencia de que haya realizado alguna actividad de evaluación continua.

#### SISTEMAS DE EVALUACIÓN:

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PORCENTAJE (%)
Pruebas de ejecución de tareas reales y/o simuladas	25%
Pruebas de respuesta corta	20%
Pruebas de respuesta larga, de desarrollo	20%
Pruebas objetivas	10%
Trabajos y proyectos	25%