

IMPRESO SOLICITUD PARA VERIFICACIÓN DE TÍTULOS OFICIALES

1. DATOS DE LA UNIVERSIDAD, CENTRO Y TÍTULO QUE PRESENTA LA SOLICITUD

De conformidad con el Real Decreto 1393/2007, por el que se establece la ordenación de las Enseñanzas Universitarias Oficiales

UNIVERSIDAD SOLICITANTE		CENTRO	CÓDIGO CENTRO
Universidad de Santiago de Compostela		Facultad de Ciencias Políticas y Sociales (SANTIAGO DE COMPOSTELA)	15027071
NIVEL		DENOMINACIÓN CORTA	
Máster		Marketing, Consultoría y Comunicación Política	
DENOMINACIÓN ESPECÍFICA			
Máster Universitario en Marketing, Consultoría y Comunicación Política por la Universidad de Santiago de Compostela			
NIVEL MECES			
RAMA DE CONOCIMIENTO		CONJUNTO	
Ciencias Sociales y Jurídicas		No	
HABILITA PARA EL EJERCICIO DE PROFESIONES REGULADAS		NORMA HABILITACIÓN	
No			
SOLICITANTE			
NOMBRE Y APELLIDOS		CARGO	
Jose Manuel Rivera Otero		Director Departamento Ciencia Política y de la Administración	
Tipo Documento		Número Documento	
NIF		32632222Y	
REPRESENTANTE LEGAL			
NOMBRE Y APELLIDOS		CARGO	
Juan José Casares Long		REITOR	
Tipo Documento		Número Documento	
NIF		32384100P	
RESPONSABLE DEL TÍTULO			
NOMBRE Y APELLIDOS		CARGO	
Jose Manuel Rivera Otero		Director Departamento Ciencia Política y de la Administración	
Tipo Documento		Número Documento	
NIF		32632222Y	
2. DIRECCIÓN A EFECTOS DE NOTIFICACIÓN			
A los efectos de la práctica de la NOTIFICACIÓN de todos los procedimientos relativos a la presente solicitud, las comunicaciones se dirigirán a la dirección que figure en el presente apartado.			
DOMICILIO	CÓDIGO POSTAL	MUNICIPIO	TELÉFONO
Colexio San Xerome- Praza do Obradoiro s/n	15782	Santiago de Compostela	881811001
E-MAIL	PROVINCIA	FAX	
reitor@usc.es	A Coruña	881811201	

3. PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES

De acuerdo con lo previsto en la Ley Orgánica 5/1999 de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal, se informa que los datos solicitados en este impreso son necesarios para la tramitación de la solicitud y podrán ser objeto de tratamiento automatizado. La responsabilidad del fichero automatizado corresponde al Consejo de Universidades. Los solicitantes, como cedentes de los datos podrán ejercer ante el Consejo de Universidades los derechos de información, acceso, rectificación y cancelación a los que se refiere el Título III de la citada Ley 5-1999, sin perjuicio de lo dispuesto en otra normativa que ampare los derechos como cedentes de los datos de carácter personal.

El solicitante declara conocer los términos de la convocatoria y se compromete a cumplir los requisitos de la misma, consintiendo expresamente la notificación por medios telemáticos a los efectos de lo dispuesto en el artículo 59 de la 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común, en su versión dada por la Ley 4/1999 de 13 de enero.

	En: A Coruña, a ___ de _____ de ____
	Firma: Representante legal de la Universidad

1. DESCRIPCIÓN DEL TÍTULO

1.1. DATOS BÁSICOS

NIVEL	DENOMINACIÓN ESPECÍFICA	CONJUNTO	CONVENIO	CONV. ADJUNTO
Máster	Máster Universitario en Marketing, Consultoría y Comunicación Política por la Universidad de Santiago de Compostela	No		Ver Apartado 1: Anexo 1.

LISTADO DE ESPECIALIDADES

No existen datos

RAMA	ISCED 1	ISCED 2
Ciencias Sociales y Jurídicas	Ciencias políticas	

NO HABILITA O ESTÁ VINCULADO CON PROFESIÓN REGULADA ALGUNA

AGENCIA EVALUADORA

Axencia para a Calidade do Sistema Universitario de Galicia (ACSUG)

UNIVERSIDAD SOLICITANTE

Universidad de Santiago de Compostela

LISTADO DE UNIVERSIDADES

CÓDIGO	UNIVERSIDAD
007	Universidad de Santiago de Compostela

LISTADO DE UNIVERSIDADES EXTRANJERAS

CÓDIGO	UNIVERSIDAD
No existen datos	

LISTADO DE INSTITUCIONES PARTICIPANTES

No existen datos

1.2. DISTRIBUCIÓN DE CRÉDITOS EN EL TÍTULO

CRÉDITOS TOTALES	CRÉDITOS DE COMPLEMENTOS FORMATIVOS	CRÉDITOS EN PRÁCTICAS EXTERNAS
60		6
CRÉDITOS OPTATIVOS	CRÉDITOS OBLIGATORIOS	CRÉDITOS TRABAJO FIN GRADO/MÁSTER
12	30	12

LISTADO DE ESPECIALIDADES

ESPECIALIDAD	CRÉDITOS OPTATIVOS
No existen datos	

1.3. Universidad de Santiago de Compostela

1.3.1. CENTROS EN LOS QUE SE IMPARTE

LISTADO DE CENTROS	
CÓDIGO	CENTRO
15027071	Facultad de Ciencias Políticas y Sociales (SANTIAGO DE COMPOSTELA)

1.3.2. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales (SANTIAGO DE COMPOSTELA)

1.3.2.1. Datos asociados al centro

TIPOS DE ENSEÑANZA QUE SE IMPARTEN EN EL CENTRO		
PRESENCIAL	SEMIPRESENCIAL	VIRTUAL
Sí	No	No
PLAZAS DE NUEVO INGRESO OFERTADAS		
PRIMER AÑO IMPLANTACIÓN	SEGUNDO AÑO IMPLANTACIÓN	
70	70	

TIEMPO COMPLETO		
	ECTS MATRÍCULA MÍNIMA	ECTS MATRÍCULA MÁXIMA
PRIMER AÑO	60.0	60.0
RESTO DE AÑOS	60.0	60.0
TIEMPO PARCIAL		
	ECTS MATRÍCULA MÍNIMA	ECTS MATRÍCULA MÁXIMA
PRIMER AÑO	30.0	60.0
RESTO DE AÑOS	30.0	60.0
NORMAS DE PERMANENCIA		
http://www.usc.es/export/sites/default/gl/normativa/estudiantes/Normativa_de_permanxdoc.okx.pdf		
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
Sí	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	

2. JUSTIFICACIÓN, ADECUACIÓN DE LA PROPUESTA Y PROCEDIMIENTOS

Ver Apartado 2: Anexo 1.

3. COMPETENCIAS

3.1 COMPETENCIAS BÁSICAS Y GENERALES
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.
GENERALES
CG1 - Adquirir conocimientos actualizados sobre la Comunicación Estratégica Integral, el Marketing Político y la Consultoría Política
CG2 - Entender de forma sistemática los procesos políticos relevantes, su contexto, y como aplicar los principios del marketing y la comunicación política a situaciones complejas, teniendo en cuenta a los diferentes actores y agentes de cada situación.
CG3 - Dominar las técnicas suficientes que le permitan obtener información y analizar situaciones, evaluar su relevancia, y disponer de los recursos para hacerles frente
CG4 - Tratar situaciones complejas, críticas e impredecibles de forma sistemática y creativa, con juicio crítico, con información incompleta, asumiendo riesgos, tomando decisiones y comunicándolas a cualquier tipo de audiencia.
CG5 - Comunicarse correctamente tanto oralmente como por escrito, tanto en castellano como en una segunda lengua, utilizando la tecnología más actual.
CG6 - Actuar de forma autónoma en la evaluación de los acontecimientos socio-políticos, así como prever escenarios posibles de desarrollo de los acontecimientos y el papel de la comunicación en estos procesos.
CG7 - Desempeñar diferentes roles dentro de un equipo
CG8 - Reconocer la necesidad del cambio y tener la habilidad necesaria para gestionarlo
CG9 - Actuar de forma autónoma en un marco de libertad responsable
CG10 - Aportar valor a la organización mediante su creatividad y participación
CG11 - Desarrollar un pensamiento estratégico que permita definir problemas, diagnosticar y estructurar objetivos de análisis y de acción en los campos de la consultoría, la comunicación estratégica integral y el marketing político
CG12 - Gestionar y dirigir proyectos, y adquirir las capacidades de síntesis y exposición que permiten la elaboración de un informe final
3.2 COMPETENCIAS TRANSVERSALES
No existen datos
3.3 COMPETENCIAS ESPECÍFICAS
CE1 - Capacidad de gestionar el marketing de organizaciones complejas y de desarrollo, y de ejecutar campañas de comunicación política específicas en el marco de una planificación estratégica e integral
CE2 - Capacidad para aplicar los conocimientos adquiridos en la toma de decisiones y en la resolución de conflictos de carácter político organizaciones complejas, y en el seguimiento de los mismos, tanto en el nivel estratégico como en el operativo o en el táctico.
CE3 - Capacidad para comprender y conocer en profundidad las aspectos internos y externos de la dirección estratégica de una organización compleja, incluidas la gestión y liderazgo de los equipos multidisciplinares, las dinámicas políticas internas y su relación con un entorno político cambiante.
CE4 - Adquirir habilidades para adaptarse al trabajo en los equipos de marketing, comunicación y consultoría políticas, integrados por personas de diversas disciplinas y/o liderarlos.

CE5 - Capacidad para utilizar las tecnologías más avanzadas en la gestión de la consultoría política orientada a los gobiernos y a las campañas en el entorno 2.0 desde una perspectiva estratégica, así como para diseñar proyectos de marketing viral, interactivo, SEM-SEO, etc...
CE6 - Conocer las diferencias y similitudes de los diferentes campos del marketing, de la consultoría y de la comunicación (empresarial, organizacional, institucional y política).
CE7 - Capacidad para utilizar métodos y técnicas avanzadas de investigación social, política y de mercado (como tradicionalmente se les denominaba) en el ámbito del marketing político y la comunicación política.
CE8 - Capacidad para diseñar planes de comunicación ligados a la construcción de determinados productos políticos, implementarlos y evaluarlos.
CE9 - Capacidad para la utilización avanzada de técnicas y procesos usados en las diversas fases de la gestión del marketing político y la consultoría política en organizaciones públicas y privadas
CE10 - Capacidad de pensar estratégicamente los procesos de comunicación, su puesta en marcha y su evaluación
CE11 - Capacidad de diseñar y gestionar el marketing, la consultoría y la comunicación en situaciones de crisis a nivel estratégico, operativo y táctico
CE12 - Capacidad para entender y transmitir, desde la óptica de la consultoría, las necesidades de instituciones, organizaciones, del marketing político y la comunicación política, tanto a nivel interno como externo, de forma integral
CE13 - Capacidad para dirigir la organización y producción de eventos y acontecimientos dentro de una estrategia de marketing
CE14 - Capacidad de entender, pensar y desarrollar la comunicación con los ciudadanos online en el marco de la Web 2.0, así como para analizar las repercusiones sociales y políticas de su impacto.
CE15 - Capacidad para desarrollar un estudio avanzado sobre aspectos relevantes del marketing político, la consultoría y la comunicación estratégica integral, así como defender la metodología y las conclusiones alcanzadas ante especialistas en este ámbito disciplinar
CE16 - Capacidad para elaborar todo tipo de informes propios del ámbito de la consultoría política
CE17 - Capacidad de gestionar las relaciones con los clientes del consultor político, tanto del ámbito público como del privado.
CE18 - Capacidad para elaborar presentaciones de alto nivel como parte del asesoramiento proporcionado por el consultor político

4. ACCESO Y ADMISIÓN DE ESTUDIANTES

4.1 SISTEMAS DE INFORMACIÓN PREVIO

Ver Apartado 4: Anexo 1.

4.2 REQUISITOS DE ACCESO Y CRITERIOS DE ADMISIÓN

Las condiciones de acceso al título del Master de Marketing, Consultoría y Comunicación Política, según el artículo 16 del Real Decreto 1393/2007, son las que siguen:

Estar en posesión de un título universitario oficial español u otro expedido por una institución de educación superior del Espacio Europeo de Educación Superior que facultan en el país expedidor del título para el acceso a enseñanzas de máster.

Así mismo, podrán acceder los titulados conforme a sistemas educativos ajenos al Espacio Europeo de Educación Superior sin necesidad de la homologación de sus títulos, previa comprobación por la Universidad de que se acredita un nivel de formación equivalentes a los correspondientes títulos universitarios oficiales españoles y que facultan en el país expedidor del título para el acceso a enseñanzas de postgrado. El acceso por esta vía no implicará, en ningún caso, la homologación del título previo del que esté en posesión el interesado, ni su reconocimiento a otros efectos que el de cursar las enseñanzas del máster.

El Máster en Comunicación Política, Marketing e Consultoría tiene además criterios de acceso específicos, que son los mismos para cada una de las sedes dónde se imparte, y que son los establecidos por la Comisión Académica del Máster, en cumplimiento de la legislación vigente y de la normativa de la Universidad de Santiago de Compostela. Estos criterios son:

TITULACIONES DE ACCESO:

Titulaciones preferentes:

- Graduados/as en Ciencias Políticas
- Graduados/as en Periodismo o Ciencias de la Información
- Graduados/as en Económicas
- Graduados/as en Administración y Dirección de Empresas
- Graduados en Publicidad y Relaciones Públicas

- Graduados en Gestión y Administración Pública
- Graduados en Derecho

Titulaciones no preferentes:

Todas las titulaciones universitarias que permitan el acceso a los estudios de Máster.

CRITERIOS DE SELECCIÓN:

- Expediente académico.
- Experiencia laboral.

De este modo el sistema de admisión del alumnado se realizará de acuerdo con los criterios y procedimientos establecidos en el Reglamento de Postgrado Oficial de la USC siguiendo los principios de objetividad, imparcialidad, mérito y capacidad. Dirección URL:

<http://www.usc.es/export/sites/default/gl/gobierno/vrodoces/eees/descargas/rglestudosoficiaisposgrao.pdf>

La Comisión Académica del máster tiene las competencias en materia de admisión tal como se establece en la normativa de la USC:

<http://www.usc.es/export/sites/default/gl/gobierno/vrodoces/eees/descargas/rrdesreguestudosposgrao.pdf>

Este proceso de selección y admisión se gestiona personalmente por parte del equipo de dirección del programa y en contacto permanente con el futuro estudiante. Previo a la matriculación cada estudiante recibe asesoría de la Coordinación Académica del respectivo programa, acerca de la selección de materias a cursar de acuerdo con sus intereses académicos.

La matriculación se llevará de manera centralizada en el Servicio de Gestión Académica de la USC y a través de la Secretaría Virtual del Estudiante, tal y como consta en el convenio de colaboración firmado al efecto. Para ello, el Instituto Ortega y Gasset asesorará a los estudiantes que tengan intención de cursar el Máster en su sede. En todo momento se pretende facilitar al estudiante las condiciones para completar estos trámites administrativos. Los estudiantes, además de gestionar su matrícula, reciben otro tipo de información que les facilite todo su proceso de adaptación e integración, tales como: información general de logística de la institución; horarios de las clases con la indicación de las respectivas aulas; apoyos académicos –bibliotecas, cartas de presentación, etcétera.- y tecnológicos; medios de transporte; lugares de alojamiento; formas de gestionar dicho alojamiento y, para los extranjeros, se proporciona la información necesaria para que realicen sus gestiones de extranjería ante la Policía Nacional.

En todo caso y como ha quedado dicho, serán aplicables los criterios de acceso y admisión contemplados por la legislación vigente en cada momento, sin más límite que aquellos que puedan ser establecidos por la Universidad de Santiago de Compostela en el ámbito de la autonomía que le es propia, de cara a una adecuada cohesión de los grupos, integración de todos los estudiantes y más alto nivel de la actividad académica a desarrollar.

4.3 APOYO A ESTUDIANTES

Una vez matriculados, con el fin de que los alumnos tengan una atención personalizada y adaptada a sus propias particularidades académicas y profesionales, contarán con un tutor personal que les orientará y guiará durante todo el curso académico.

“En los primeros días de clase el coordinador del Máster organizará una sesión informativa para comunicar a los alumnos cuáles son los objetivos generales de la titulación, las competencias y destrezas que se alcanzarán con la formación ofrecida, así como para dar una visión general de la etapa formativa.

También durante los primeros días de clase, y con objeto de mantener abierta de forma dinámica una vía de comunicación permanente con los alumnos, la Comisión Académica nombrará un tutor para cada uno de los alumnos, y cuyas funciones principales serán la de atender a su tutorando, derivando las cuestiones que este le plantee a los cauces adecuados, y la de hacer un seguimiento que permita localizar posibles dificultades académicas con el adelanto suficiente para ser corregidas (orientación académica para elección de optativas, itinerarios, etc.).

En caso de que un estudiante presente algún tipo de minusvalía, será obligación de la Comisión Académica el estudio y puesta en marcha de los mecanismos necesarios para que dicho alumno pueda seguir con garantías los estudios de Máster. Para ello, se contará con el apoyo del Área de Integración Universitaria de la USC, dependiente del Servicio de Participación e Integración Universitaria (<http://www.usc.es/es/servizos/sepiu>), dentro del Vicerrectorado de la Comunidad Universitaria y Compromiso Social, que se encarga del diseño de todas las actividades necesarias para potenciar la integración de las personas con alguna discapacidad y conseguir su plena incorporación a la vida universitaria. Los apoyos van desde las adaptaciones curriculares, atendiendo a las necesidades de cada estudiante, hasta los apoyos personalizados mediante las colaboraciones de los compañeros y compañeras voluntarias. Dentro del Servicio Universitario de Residencias (<http://www.usc.es/sur>) se ofrecen habitaciones adaptadas para personas con problemas de movilidad y existe un porcentaje de plazas reservadas para estudiantes con discapacidad.

4.4 SISTEMA DE TRANSFERENCIA Y RECONOCIMIENTO DE CRÉDITOS

Reconocimiento de Créditos Cursados en Enseñanzas Superiores Oficiales no Universitarias

MÍNIMO	MÁXIMO
---------------	---------------

0	0
Reconocimiento de Créditos Cursados en Títulos Propios	
MÍNIMO	MÁXIMO
0	0
Adjuntar Título Propio	

Ver Apartado 4: Anexo 2.

Reconocimiento de Créditos Cursados por Acreditación de Experiencia Laboral y Profesional	
MÍNIMO	MÁXIMO
1	9

La Universidad de Santiago de Compostela cuenta con una "Normativa de transferencia y reconocimiento de créditos para titulaciones adaptadas al Espacio Europeo de Educación Superior", aprobada por su Consello de Goberno el 14 de marzo de 2008, de cuya aplicación son responsables el Vicerrectorado con competencias en oferta docente y la Secretaría General con los Servicios de ellos dependientes: Servicio de Gestión de la Oferta y Programación Académica y Servicio de Gestión Académica.

Esta normativa cumple lo establecido en el RD 861/2010 y tiene como principios, de acuerdo con la legislación vigente:

- Un sistema de reconocimiento basado en créditos (no en materias) y en la acreditación de competencias.
- La posibilidad de establecer con carácter previo a la solicitud de los estudiantes, tablas de reconocimiento globales entre titulaciones, que permitan una rápida resolución de las peticiones sin necesidad de informes técnicos para cada solicitud y materia.
- La posibilidad de especificar estudios extranjeros susceptibles de ser reconocidos como equivalentes para el acceso al grado o al postgrado, determinando los estudios que se reconocen y las competencias pendientes de superar.
- La posibilidad de reconocer estudios no universitarios y competencias profesionales acreditadas.
- Está accesible públicamente a través de la Web de la USC, en el enla

<http://www.usc.es/export/sites/default/gl/normativa/descargas/normatransferrecocreditostituEEES.pdf>

También reflejado en la Resolución Rectoral del 15 de abril de 2011 sobre el reconocimiento de competencias nas titulacions de grao e master.

http://www.usc.es/export/sites/default/gl/servizos/sxopra/descargas/2011_04_15_RR_reconocemento_grao_master.pdf

No se contempla la posibilidad del reconocimiento de créditos por parte de la IUOG, ya que tanto la expedición del título oficial como de cualquier certificación al respecto corresponde únicamente a la USC.

Únicamente serán objeto de reconocimiento créditos por acreditación de experiencia profesional o laboral, siempre que dicha experiencia esté relacionada con las competencias inherentes al presente título, reconocimiento que no podrá ser en ningún caso superior al 15% del total de los créditos del plan de estudios, de acuerdo con lo establecido en el Real Decreto 861/2010. En todo caso no podrán ser objeto de reconocimiento los créditos correspondientes al trabajo de fin de máster.

4.6 COMPLEMENTOS FORMATIVOS

5. PLANIFICACIÓN DE LAS ENSEÑANZAS

5.1 DESCRIPCIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS		
Ver Apartado 5: Anexo 1.		
5.2 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
TRABAJO PRESENCIAL EN EL AULA		
TRABAJO PERSONAL DEL ALUMNO		
5.3 METODOLOGÍAS DOCENTES		
CLASES EXPOSITIVAS		
CLASES INTERACTIVAS		
TUTORIAS		
ESTUDIO INDIVIDUAL DEL ALUMNO		
PREPARACION DE TRABAJOS Y EXPOSICIONES EN GRUPO		
REALIZACION DE TRABAJOS INDIVIDUALES		
OTRAS TAREAS		
5.4 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
EXAMEN FINAL		
VALORACION DE TRABAJOS, EXPOSICIONES Y PRACTICAS		
VALORACION DE LA PARTICIPACION EN LAS CLASES PRESENCIALES		
VALORACIÓN INFORME PRÁCTICAS ALUMNO		
VALORACIÓN PRÁCTICAS PROFESOR-TUTOR		
DEFENSA TFM		
VALORACIÓN TFM		
VALORACIÓN INFORME EVALUACIÓN EMPRESA PRÁCTICAS		
5.5 NIVEL 1: TEORÍA Y METODOLOGÍA AVANZADAS DE MARKETING Y COMUNICACIÓN POLÍTICA		
5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1		
NIVEL 2: Teoría y Métodos en Investigación		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	OBLIGATORIA	
ECTS NIVEL 2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
6		
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
Sí	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	

No	No
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3	
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE	
<p>Considerando que el resultado final de una investigación social es la generación de proposiciones teóricamente fundamentadas y sustentadas por pruebas empíricas (la conexión teoría-evidencia), en esta asignatura se expondrá la lógica de los procesos de investigación asumiendo una perspectiva centrada en los elementos comunes a todos ellos, independientemente de la naturaleza cuantitativa o cualitativa de las técnicas de recogida y de análisis de datos empleadas en cada investigación específica. Se hará hincapié en la conveniencia de recurrir a métodos mixtos de investigación, de cuyo carácter, ventajas y limitaciones se informará detalladamente.</p>	
5.5.1.3 CONTENIDOS	
<p>Esta asignatura pretende guiar a los alumnos a través de las teorías avanzadas para la investigación en Ciencia Política y en Comunicación Política, y el vínculo existente entre Marketing, Comunicación y Democracia, así como a través de la metodología y diseños de investigación existentes, haciendo especial hincapié en la metodología comparada.</p> <p>Contenidos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Teoría avanzada para la investigación en Ciencia Política - Teoría avanzada en Comunicación Política. - Metodología y diseños de investigación. - Metodología comparada. - Comunicación y democracia. - Marketing y democracia. - Comunicación, persuasión y producción de preferencias políticas (aspectos teóricos). - La mente política: intereses y emociones. - Comunicación política, discurso y retórica. - Political framing. - Political brandig. 	
5.5.1.4 OBSERVACIONES	
5.5.1.5 COMPETENCIAS	
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES	
CG1 - Adquirir conocimientos actualizados sobre la Comunicación Estratégica Integral, el Marketing Político y la Consultoría Política	
CG2 - Entender de forma sistemática los procesos políticos relevantes, su contexto, y como aplicar los principios del marketing y la comunicación política a situaciones complejas, teniendo en cuenta a los diferentes actores y agentes de cada situación.	
CG3 - Dominar las técnicas suficientes que le permitan obtener información y analizar situaciones, evaluar su relevancia, y disponer de los recursos para hacerles frente	
CG4 - Tratar situaciones complejas, críticas e impredecibles de forma sistemática y creativa, con juicio crítico, con información incompleta, asumiendo riesgos, tomando decisiones y comunicándolas a cualquier tipo de audiencia.	
CG5 - Comunicarse correctamente tanto oralmente como por escrito, tanto en castellano como en una segunda lengua, utilizando la tecnología más actual.	
CG6 - Actuar de forma autónoma en la evaluación de los acontecimientos socio-políticos, así como prever escenarios posibles de desarrollo de los acontecimientos y el papel de la comunicación en estos procesos.	
CG7 - Desempeñar diferentes roles dentro de un equipo	
CG8 - Reconocer la necesidad del cambio y tener la habilidad necesaria para gestionarlo	
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	
CG10 - Aportar valor a la organización mediante su creatividad y participación	
CG11 - Desarrollar un pensamiento estratégico que permita definir problemas, diagnosticar y estructurar objetivos de análisis y de acción en los campos de la consultoría, la comunicación estratégica integral y el marketing político	
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES	
No existen datos	
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS	
CE1 - Capacidad de gestionar el marketing de organizaciones complejas y de desarrollo y ejecución de campañas de comunicación específicas en el marco de una planificación estratégica e integral	
CE2 - Capacidad para aplicar los conocimientos adquiridos en la toma de decisiones y en la resolución de conflictos de organizaciones complejas y en el seguimiento de los mismos, tanto en el nivel estratégico como en el operativo o en el técnico.	
CE3 - Capacidad para comprender y conocer en profundidad las funciones internas y externas de la dirección estratégica de una organización compleja, incluidas la gestión y el liderazgo de los equipos multidisciplinares	

CE4 - Adquirir habilidades para adaptarse al trabajo en los equipos de marketing y comunicacion integrados por personas de diversas disciplinas y/o liderarlos		
CE5 - Capacidad para utilizar las tecnologias mas avanzadas en la gestion de los gobiernos y campañas en el entorno 2.0 desde una perspectiva estrategica y para diseñar proyectos de marketing viral, interactivo, SEM-SEO, etc...		
CE6 - Conocer las diferencias y similitudes de los diferentes campos del marketing y de la comunicacion: empresarial, organizacional, institucional y politica		
CE7 - Capacidad para desarrollar investigaciones en el ambito del marketing y la comunicacion politica		
CE12 - Capacidad para entender y transmitir las necesidades de instituciones, organizaciones y empresas, del marketing y la comunicacion politica, tanto a nivel interno como externo, desde una perspectiva integral		
CE13 - Capacidad para organizar eventos y acontecimientos dentro de una estrategia de marketing		
CE14 - Capacidad de entender, pensar y desarrollar la comunicacion con los ciudadanos online en el marco de la Web 2.0		
CE15 - Capacidad para desarrollar un estudio avanzado sobre aspectos relevantes del marketing politico y la comunicacion estrategica integral, asi como defender la metodologia y las conclusiones alcanzadas ante especialistas en este ambito disciplinar		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
TRABAJO PRESENCIAL EN EL AULA	48	32
TRABAJO PERSONAL DEL ALUMNO	102	68
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
CLASES EXPOSITIVAS		
CLASES INTERACTIVAS		
TUTORIAS		
ESTUDIO INDIVIDUAL DEL ALUMNO		
PREPARACION DE TRABAJOS Y EXPOSICIONES EN GRUPO		
REALIZACION DE TRABAJOS INDIVIDUALES		
OTRAS TAREAS		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
EXAMEN FINAL	40.0	80.0
VALORACION DE TRABAJOS, EXPOSICIONES Y PRACTICAS	10.0	40.0
VALORACION DE LA PARTICIPACION EN LAS CLASES PRESENCIALES	10.0	40.0
5.5 NIVEL 1: TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE MARKETING, CONSULTORÍA Y COMUNICACIÓN POLÍTICA		
5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1		
NIVEL 2: Técnicas de investigación en marketing político y consultoría política		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	OBLIGATORIA	
ECTS NIVEL 2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
6		
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		

CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
Sí	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<p>Técnicas cuantitativas: la presentación de las técnicas cuantitativas de investigación se realizará en torno a cuatro ejes temáticos centrados en procesos que se combinan en la construcción de la evidencia empírica: los tipos de diseños de la investigación cuantitativa, la selección de los casos, especialmente a través del muestreo, el diseño de los instrumentos de medición y la recogida de datos.</p> <p>Técnicas cualitativas: se mostrarán los objetivos, las características, las ventajas y las limitaciones de las técnicas cualitativas de investigación para abordar los fenómenos sociales que suceden en escenarios naturales con un enfoque sensible al contexto y orientado a detalle y la profundidad descriptivos y el potencial analítico para responder a las preguntas sobre el por qué y el cómo de tales fenómenos.</p> <p>Se hará especial hincapié en que los estudiantes manejen técnicas para el análisis del discurso, el tratamiento de la opinión pública en el contexto de la competición o la medición de la eficacia de la comunicación política.</p>		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG3 - Dominar las técnicas suficientes que le permitan obtener información y analizar situaciones, evaluar su relevancia, y disponer de los recursos para hacerles frente		
CG6 - Actuar de forma autónoma en la evaluación de los acontecimientos socio-políticos, así como prever escenarios posibles de desarrollo de los acontecimientos y el papel de la comunicación en estos procesos.		
CG11 - Desarrollar un pensamiento estratégico que permita definir problemas, diagnosticar y estructurar objetivos de análisis y de acción en los campos de la consultoría, la comunicación estratégica integral y el marketing político		
CG1 - Adquirir conocimientos actualizados sobre la Comunicación Estratégica Integral, el Marketing Político y la Consultoría Política		
CG2 - Entender de forma sistemática los procesos políticos relevantes, su contexto, y cómo aplicar los principios del marketing y la comunicación política a situaciones complejas, teniendo en cuenta a los diferentes actores y agentes de cada situación.		
CG8 - Reconocer la necesidad del cambio y tener la habilidad necesaria para gestionarlo		
CG9 - Actuar de forma autónoma en un marco de libertad responsable		
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.		
CG7 - Desempeñar diferentes roles dentro de un equipo		
CG12 - Gestionar y dirigir proyectos, y adquirir las capacidades de síntesis y exposición que permiten la elaboración de un informe final		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE1 - Capacidad de gestionar el marketing de organizaciones complejas y de desarrollo y ejecución de campañas de comunicación específicas en el marco de una planificación estratégica e integral		
CE3 - Capacidad para comprender y conocer en profundidad las funciones internas y externas de la dirección estratégica de una organización compleja, incluidas la gestión y el liderazgo de los equipos multidisciplinares		
CE6 - Conocer las diferencias y similitudes de los diferentes campos del marketing y de la comunicación: empresarial, organizacional, institucional y política		
CE7 - Capacidad para desarrollar investigaciones en el ámbito del marketing y la comunicación política		
CE12 - Capacidad para entender y transmitir, desde la óptica de la consultoría, las necesidades de instituciones, organizaciones, del marketing político y la comunicación política, tanto a nivel interno como externo, de forma integral		
CE11 - Capacidad de diseñar y gestionar el marketing y la comunicación en situaciones de crisis a nivel estratégico, operativo y táctico		
CE15 - Capacidad para desarrollar un estudio avanzado sobre aspectos relevantes del marketing político y la comunicación estratégica integral, así como defender la metodología y las conclusiones alcanzadas ante especialistas en este ámbito disciplinar		
CE2 - Capacidad para aplicar los conocimientos adquiridos en la toma de decisiones y en la resolución de conflictos de carácter político organizaciones complejas, y en el seguimiento de los mismos, tanto en el nivel estratégico como en el operativo o en el táctico.		
CE4 - Adquirir habilidades para adaptarse al trabajo en los equipos de marketing, comunicación y consultoría políticas, integrados por personas de diversas disciplinas y/o liderarlos.		
CE5 - Capacidad para utilizar las tecnologías más avanzadas en la gestión de la consultoría política orientada a los gobiernos y a las campañas en el entorno 2.0 desde una perspectiva estratégica, así como para diseñar proyectos de marketing viral, interactivo, SEM-SEO, etc...		
CE8 - Capacidad para diseñar planes de comunicación ligados a la construcción de determinados productos políticos, implementarlos y evaluarlos.		
CE9 - Capacidad para la utilización avanzada de técnicas y procesos usados en las diversas fases de la gestión del marketing político y la consultoría política en organizaciones públicas y privadas		
CE16 - Capacidad para elaborar todo tipo de informes propios del ámbito de la consultoría política		
CE17 - Capacidad de gestionar las relaciones con los clientes del consultor político, tanto del ámbito público como del privado.		
CE18 - Capacidad para elaborar presentaciones de alto nivel como parte del asesoramiento proporcionado por el consultor político		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
TRABAJO PRESENCIAL EN EL AULA	48	32
TRABAJO PERSONAL DEL ALUMNO	102	68
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
CLASES EXPOSITIVAS		
CLASES INTERACTIVAS		
TUTORIAS		
ESTUDIO INDIVIDUAL DEL ALUMNO		
PREPARACION DE TRABAJOS Y EXPOSICIONES EN GRUPO		
REALIZACION DE TRABAJOS INDIVIDUALES		
OTRAS TAREAS		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
EXAMEN FINAL	40.0	80.0
VALORACION DE TRABAJOS, EXPOSICIONES Y PRACTICAS	10.0	40.0

VALORACION DE LA PARTICIPACION EN LAS CLASES PRESENCIALES	10.0	40.0
NIVEL 2: Técnicas de Comunicación Política		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	OBLIGATORIA	
ECTS NIVEL 2	3	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
3		
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
Lenguas en las que se imparte		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
Sí	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<p>Esta asignatura trata de abordar la comprensión y asimilación de las relaciones entre política y comunicación, profundizando en el análisis del papel de los medios de comunicación de masas en la política actual. Además, se introduce al alumno en el conocimiento de las distintas herramientas aplicadas a las estrategias de comunicación política en el ámbito de la comunicación institucional, de la comunicación electoral, y de la comunicación de los líderes. Por tanto, se analizará, la publicidad política, el discurso, la construcción del mensaje político (verbal y no verbal), el uso de la imagen y la de marca política (branding).</p>		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG1 - Adquirir conocimientos actualizados sobre la Comunicación Estratégica Integral, el Marketing Político y la Consultoría Política		
CG3 - Dominar las técnicas suficientes que le permitan obtener información y analizar situaciones, evaluar su relevancia, y disponer de los recursos para hacerles frente		
CG5 - Comunicarse correctamente tanto oralmente como por escrito, tanto en castellano como en una segunda lengua, utilizando la tecnología más actual.		
CG6 - Actuar de forma autónoma en la evaluación de los acontecimientos socio-políticos, así como prever escenarios posibles de desarrollo de los acontecimientos y el papel de la comunicación en estos procesos.		
CG11 - Desarrollar un pensamiento estratégico que permita definir problemas, diagnosticar y estructurar objetivos de análisis y de acción en los campos de la consultoría, la comunicación estratégica integral y el marketing político		
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.		
CG2 - Entender de forma sistemática los procesos políticos relevantes, su contexto, y como aplicar los principios del marketing y la comunicación política a situaciones complejas, teniendo en cuenta a los diferentes actores y agentes de cada situación.		
CG7 - Desempeñar diferentes roles dentro de un equipo		
CG8 - Reconocer la necesidad del cambio y tener la habilidad necesaria para gestionarlo		
CG9 - Actuar de forma autónoma en un marco de libertad responsable		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE1 - Capacidad de gestionar el marketing de organizaciones complejas y de desarrollo y ejecución de campañas de comunicación específicas en el marco de una planificación estratégica e integral		
CE3 - Capacidad para comprender y conocer en profundidad las funciones internas y externas de la dirección estratégica de una organización compleja, incluidas la gestión y el liderazgo de los equipos multidisciplinares		
CE6 - Conocer las diferencias y similitudes de los diferentes campos del marketing y de la comunicación: empresarial, organizacional, institucional y política		
CE7 - Capacidad para desarrollar investigaciones en el ámbito del marketing y la comunicación política		
CE4 - Adquirir habilidades para adaptarse al trabajo en los equipos de marketing, comunicación y consultoría políticas, integrados por personas de diversas disciplinas y/o liderarlos.		
CE9 - Capacidad para la utilización avanzada de técnicas y procesos usados en las diversas fases de la gestión del marketing político y la consultoría política en organizaciones públicas y privadas		
CE11 - Capacidad de diseñar y gestionar el marketing, la consultoría y la comunicación en situaciones de crisis a nivel estratégico, operativo y táctico		
CE15 - Capacidad para desarrollar un estudio avanzado sobre aspectos relevantes del marketing político y la comunicación estratégica integral, así como defender la metodología y las conclusiones alcanzadas ante especialistas en este ámbito disciplinar		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
TRABAJO PRESENCIAL EN EL AULA	24	32
TRABAJO PERSONAL DEL ALUMNO	51	68
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
CLASES EXPOSITIVAS		
CLASES INTERACTIVAS		
TUTORIAS		
ESTUDIO INDIVIDUAL DEL ALUMNO		
PREPARACION DE TRABAJOS Y EXPOSICIONES EN GRUPO		
REALIZACION DE TRABAJOS INDIVIDUALES		
OTRAS TAREAS		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
EXAMEN FINAL	40.0	80.0
VALORACION DE TRABAJOS, EXPOSICIONES Y PRACTICAS	10.0	40.0

VALORACION DE LA PARTICIPACION EN LAS CLASES PRESENCIALES	10.0	40.0
NIVEL 2: Herramientas de Marketing		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	OBLIGATORIA	
ECTS NIVEL 2	3	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
3		
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
Lenguas en las que se imparte		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
Sí	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<p>Se trata de que el alumno conozca y comprenda cuales son los principales instrumentos del marketing relacionados con el siguiente conjunto de actividades:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Análisis y valoración del entorno político. 2. Elaboración del producto político. 3. Comunicación del producto político. <p>A partir de estos tres ejes de análisis se aborda el conocimiento y manejo de las herramientas de trabajo en el marketing político: segmentación de electorados, identificación de targets, posicionamiento de líderes, diseño del producto político, gestión de la información y de la comunicación, elaboración de la agenda, etc...</p>		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG1 - Adquirir conocimientos actualizados sobre la Comunicación Estratégica Integral, el Marketing Político y la Consultoría Política		
CG2 - Entender de forma sistemática los procesos políticos relevantes, su contexto, y como aplicar los principios del marketing y la comunicación política a situaciones complejas, teniendo en cuenta a los diferentes actores y agentes de cada situación.		
CG3 - Dominar las técnicas suficientes que le permitan obtener información y analizar situaciones, evaluar su relevancia, y disponer de los recursos para hacerles frente		
CG6 - Actuar de forma autónoma en la evaluación de los acontecimientos socio-políticos, así como prever escenarios posibles de desarrollo de los acontecimientos y el papel de la comunicación en estos procesos.		
CG8 - Reconocer la necesidad del cambio y tener la habilidad necesaria para gestionarlo		
CG11 - Desarrollar un pensamiento estratégico que permita definir problemas, diagnosticar y estructurar objetivos de análisis y de acción en los campos de la consultoría, la comunicación estratégica integral y el marketing político		

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		
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.		
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		
CG7 - Desempeñar diferentes roles dentro de un equipo		
CG9 - Actuar de forma autónoma en un marco de libertad responsable		
CG12 - Gestionar y dirigir proyectos, y adquirir las capacidades de síntesis y exposición que permiten la elaboración de un informe final		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE1 - Capacidad de gestionar el marketing de organizaciones complejas y de desarrollo y ejecución de campañas de comunicación específicas en el marco de una planificación estratégica e integral		
CE2 - Capacidad para aplicar los conocimientos adquiridos en la toma de decisiones y en la resolución de conflictos de organizaciones complejas y en el seguimiento de los mismos, tanto en el nivel estratégico como en el operativo o en el técnico.		
CE3 - Capacidad para comprender y conocer en profundidad las funciones internas y externas de la dirección estratégica de una organización compleja, incluidas la gestión y el liderazgo de los equipos multidisciplinares		
CE6 - Conocer las diferencias y similitudes de los diferentes campos del marketing y de la comunicación: empresarial, organizacional, institucional y política		
CE4 - Adquirir habilidades para adaptarse al trabajo en los equipos de marketing, comunicación y consultoría políticas, integrados por personas de diversas disciplinas y/o liderarlos.		
CE5 - Capacidad para utilizar las tecnologías más avanzadas en la gestión de la consultoría política orientada a los gobiernos y a las campañas en el entorno 2.0 desde una perspectiva estratégica, así como para diseñar proyectos de marketing viral, interactivo, SEM-SEO, etc...		
CE15 - Capacidad para desarrollar un estudio avanzado sobre aspectos relevantes del marketing político y la comunicación estratégica integral, así como defender la metodología y las conclusiones alcanzadas ante especialistas en este ámbito disciplinar		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
TRABAJO PRESENCIAL EN EL AULA	24	32
TRABAJO PERSONAL DEL ALUMNO	51	68
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
CLASES EXPOSITIVAS		
CLASES INTERACTIVAS		
TUTORIAS		
ESTUDIO INDIVIDUAL DEL ALUMNO		
PREPARACION DE TRABAJOS Y EXPOSICIONES EN GRUPO		
REALIZACION DE TRABAJOS INDIVIDUALES		
OTRAS TAREAS		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
EXAMEN FINAL	40.0	80.0

VALORACION DE TRABAJOS, EXPOSICIONES Y PRACTICAS	10.0	40.0
VALORACION DE LA PARTICIPACION EN LAS CLASES PRESENCIALES	10.0	40.0
5.5 NIVEL 1: MARKETING Y COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL Y DE GOBIERNO		
5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1		
NIVEL 2: Marketing Institucional		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	OBLIGATORIA	
ECTS NIVEL 2	3	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
3		
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
Sí	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<p>Los puntos centrales de esta asignatura: la estrategia y el marketing institucional; la comunicación política institucional y el marketing y comunicación de empresas.</p> <p>Se estudiarán nociones avanzadas de la moderna mercadotécnica, sus funciones y aplicaciones, el "tool box" del marketing (anuncios, marketing directo, promociones, relaciones públicas, etc...), así como casos prácticos. Así mismo, se abordará el diseño de iniciativas y proyectos de marketing viral e interactivo, e-mail marketing, y el uso de las técnicas SEM (Search Engine Marketing) y SEO (Search Engine Optimization), además de otras estrategias de posicionamiento web y el estudio de metodologías de análisis de información de mercados para el desarrollo de campañas de marketing como sistemas de recomendación, sistemas de publicidad automática, sistemas de extracción de información o <i>sentiment analysis</i>, etc... Por último, se ocupará de las funciones del <i>community manager</i> o <i>social media manager</i>, encargados de gestionar el <i>marketing online</i> (<i>social media optimization</i>) y construir comunidades alrededor de una marca o institución.</p>		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG1 - Adquirir conocimientos actualizados sobre la Comunicación Estratégica Integral, el Marketing Político y la Consultoría Política		
CG2 - Entender de forma sistemática los procesos políticos relevantes, su contexto, y como aplicar los principios del marketing y la comunicación política a situaciones complejas, teniendo en cuenta a los diferentes actores y agentes de cada situación.		
CG4 - Tratar situaciones complejas, críticas e impredecibles de forma sistemática y creativa, con juicio crítico, con información incompleta, asumiendo riesgos, tomando decisiones y comunicándolas a cualquier tipo de audiencia.		
CG6 - Actuar de forma autónoma en la evaluación de los acontecimientos socio-políticos, así como prever escenarios posibles de desarrollo de los acontecimientos y el papel de la comunicación en estos procesos.		

CG8 - Reconocer la necesidad del cambio y tener la habilidad necesaria para gestionarlo		
CG11 - Desarrollar un pensamiento estrategico que permita definir problemas, diagnosticar y estructurar objetivos de analisis y de accion en los campos de la consultoria, la comunicacion estrategica integral y el marketing politico		
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.		
CG7 - Desempeñar diferentes roles dentro de un equipo		
CG9 - Actuar de forma autonoma en un marco de libertad responsable		
CG10 - Aportar valor a la organizacion mediante su creatividad y participacion		
CG12 - Gestionar y dirigir proyectos, y adquirir las capacidades de sintesis y exposicion que permiten la elaboracion de un informe final		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE1 - Capacidad de gestionar el marketing de organizaciones complejas y de desarrollo y ejecucion de campañas de comunicacion especificas en el marco de una planificacion estrategica e integral		
CE2 - Capacidad para aplicar los conocimientos adquiridos en la toma de decisiones y en la resolucion de conflictos de organizaciolnes complejas y en el seguimiento de los mismos, tanto en el nivel estrategico como en el operativo o en el tecnico.		
CE3 - Capacidad para comprender y conocer en profundidad las funciones internas y externas de la direccion estrategica de una organizacion compleja, incluidias la gestion y el liderazgo de los equipos multidisciplinares		
CE6 - Conocer las diferencias y similitudes de los diferentes campos del marketing y de la comunicacion: empresarial, organizacional, institucional y politica		
CE9 - Capacidad para la utilizacion avanzada de tecnicas y procesos usados en las diversas fases de la gestion del marketing en organizaciones publicas y privadas		
CE11 - Capacidad de diseñar y gestionar el marketing y la comunicacion en situaciones de crisis a nivel estrategico, operativo y tactico		
CE13 - Capacidad para organizar eventos y acontecimientos dentro de una estrategia de marketing		
CE15 - Capacidad para desarrollar un estudio avanzado sobre aspectos relevantes del marketing politico y la comunicacion estrategica integral, asi como defender la metodologia y las conclusiones alcanzadas ante especialistas en este ambito disciplinar		
CE4 - Adquirir habilidades para adpatarse al trabajo en los equipos de marketing, comunicación y consultoría políticas, integrados por personas de diversas disciplinas y/o liderarlos.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
TRABAJO PRESENCIAL EN EL AULA	24	32
TRABAJO PERSONAL DEL ALUMNO	51	68
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
CLASES EXPOSITIVAS		
CLASES INTERACTIVAS		
TUTORIAS		
ESTUDIO INDIVIDUAL DEL ALUMNO		
PREPARACION DE TRABAJOS Y EXPOSICIONES EN GRUPO		

REALIZACION DE TRABAJOS INDIVIDUALES		
OTRAS TAREAS		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
EXAMEN FINAL	40.0	80.0
VALORACION DE TRABAJOS, EXPOSICIONES Y PRACTICAS	10.0	40.0
VALORACION DE LA PARTICIPACION EN LAS CLASES PRESENCIALES	10.0	40.0
NIVEL 2: Política y Comunicación 2.0		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	OBLIGATORIA	
ECTS NIVEL 2	3	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
3		
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
Sí	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<p>Internet, sus redes sociales y las nuevas tecnologías móviles, están modificando el comportamiento de los usuarios, el flujo de las influencias y las estructuras tradicionales de los mercados. La asignatura tratará de dar a conocer el manejo de las herramientas 2.0 apropiadas para el desarrollo de campañas de marketing y comunicación online; abordará el diseño y difusión de estrategias y mensajes en la red y en las redes sociales, y planteará la metodología para monitorizar y analizar los resultados obtenidos. Los contenidos, por tanto, abarcarán desde es diseño de portales institucionales, micro-sites, canales y plataformas audiovisuales (YouTube), difusión de vídeos y spots virales, transmisión de eventos, blogs y Twitter, redes sociales y comunidades virtuales como Myspace, Facebook, LinkedIn, etc., aplicaciones para teléfonos móviles y envío masivos de mensajes vía sms,...</p>		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG1 - Adquirir conocimientos actualizados sobre la Comunicacion Estrategica Integral, el Marketing Politico y la Consultoria Politica		
CG2 - Entender de forma sistematica los procesos politicos relevantes, su contexto, y como aplicar los principios del marketing y la comunicacion politica a situaciones complejas, teniendo en cuenta a los diferentes actores y agentes de cada situacion.		
CG4 - Tratar situaciones complejas, criticas e impredecibles de forma sistematica y creativa, con juicio critico, con informacion incompleta, asumiendo riesgos, tomando decisiones y comunicandolas a cualquier tipo de audiencia.		

CG5 - Comunicarse correctamente tanto oralmente como por escrito, tanto en castellano como en una segunda lengua, utilizando la tecnología mas actual.		
CG6 - Actuar de forma autonoma en la evaluacion de los acontecimientos socio-politicos, asi como prever escenarios posibles de desarrollo de los acontecimientos y el papel de la comunicacion en estos procesos.		
CG8 - Reconocer la necesidad del cambio y tener la habilidad necesaria para gestionarlo		
CG11 - Desarrollar un pensamiento estrategico que permita definir problemas, diagnosticar y estructurar objetivos de analisis y de accion en los campos de la consultoria, la comunicacion estrategica integral y el marketing politico		
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.		
CG3 - Dominar las tecnicas suficientes que le permitan obtener informacion y analizar situaciones, evaluar su relevancia, y disponer de los recursos para hacerles frente		
CG7 - Desempeñar diferentes roles dentro de un equipo		
CG9 - Actuar de forma autonoma en un marco de libertad responsable		
CG10 - Aportar valor a la organizacion mediante su creatividad y participacion		
CG12 - Gestionar y dirigir proyectos, y adquirir las capacidades de sintesis y exposicion que permiten la elaboracion de un informe final		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE1 - Capacidad de gestionar el marketing de organizaciones complejas y de desarrollo y ejecucion de campañas de comunicacion especificas en el marco de una planificacion estrategica e integral		
CE2 - Capacidad para aplicar los conocimientos adquiridos en la toma de decisiones y en la resolucion de conflictos de organizaciolnes complejas y en el seguimiento de los mismos, tanto en el nivel estrategico como en el operativo o en el tecnico.		
CE4 - Adquirir habilidades para adpatarse al trabajo en los equipos de marketing, comunicación y consultoría políticas, integrados por personas de diversas disciplinas y/o liderarlos.		
CE6 - Conocer las diferencias y similitudes de los diferentes campos del marketing y de la comunicacion: empresarial, organizacional, institucional y politica		
CE10 - Capacidad de pensar estrategicamente los procesos de comunicacion, su puesta en marcha y su evaluacion		
CE11 - Capacidad de diseñar y gestionar el marketing y la comunicacion en situaciones de crisis a nivel estrategico, operativo y tactico		
CE14 - Capacidad de entender, pensar y desarrollar la comunicación con los ciudadanos online en el marco de la Web 2.0, así como para analizar las repercusiones sociales y políticas de su impacto.		
CE15 - Capacidad para desarrollar un estudio avanzado sobre aspectos relevantes del marketing politico y la comunicacion estrategica integral, asi como defender la metodologia y las conclusiones alcanzadas ante especialistas en este ambito disciplinar		
CE5 - Capacidad para utilizar las tecnologías más avanzadas en la gestión de la consultoría política orientada a los gobiernos y a las campañas en el entorno 2.0 desde una perspectiva estratégica, así como para diseñar proyectos de marketing viral, interactivo, SEM-SEO, etc...		
CE8 - Capacidad para diseñar planes de comunicación ligados a la construcción de determinados productos políticos, implementarlos y evaluarlos.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD

TRABAJO PRESENCIAL EN EL AULA	24	32
TRABAJO PERSONAL DEL ALUMNO	51	68
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
CLASES EXPOSITIVAS		
CLASES INTERACTIVAS		
TUTORIAS		
ESTUDIO INDIVIDUAL DEL ALUMNO		
PREPARACION DE TRABAJOS Y EXPOSICIONES EN GRUPO		
REALIZACION DE TRABAJOS INDIVIDUALES		
OTRAS TAREAS		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
EXAMEN FINAL	40.0	80.0
VALORACION DE TRABAJOS, EXPOSICIONES Y PRACTICAS	10.0	40.0
VALORACION DE LA PARTICIPACION EN LAS CLASES PRESENCIALES	10.0	40.0
NIVEL 2: Comunicación Institucional		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	OBLIGATORIA	
ECTS NIVEL 2	3	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
3		
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
Sí	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<p>La comunicación entre los Poderes y las Administraciones del Estado y los ciudadanos es un requisito esencial del comportamiento democrático, que en la democracia comunicativa cobra una relevancia incuestionable.</p> <p>El objetivo de la asignatura es el estudio de los contenidos propios de la comunicación institucional y el análisis de la gestión y los recursos de la actividad de comunicación desde los aspectos estratégicos, pedagógicos y funcionales en orden de incentivar la adhesión de los ciudadanos a los programas establecidos y su participación cooperativa en la gestión pública. Esta asignatura pretende trazar un panorama de las diferencias y similitudes existentes en los procesos comunicativos de Organizaciones, Instituciones, y Empresas, habilitando al estudiante para responder ante ellas de forma coherente y eficaz. Prestando especial atención a la metodología, se pretende que el estudiantes sea capaz de entender la importancia de generar</p>		

un buen proceso comunicativo, que ayude a alcanzar de una forma más eficiente y eficaz los fines de distintos tipos de Instituciones, Organizaciones y Empresas.
5.5.1.4 OBSERVACIONES
5.5.1.5 COMPETENCIAS
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES
CG1 - Adquirir conocimientos actualizados sobre la Comunicación Estratégica Integral, el Marketing Político y la Consultoría Política
CG2 - Entender de forma sistemática los procesos políticos relevantes, su contexto, y como aplicar los principios del marketing y la comunicación política a situaciones complejas, teniendo en cuenta a los diferentes actores y agentes de cada situación.
CG4 - Tratar situaciones complejas, críticas e impredecibles de forma sistemática y creativa, con juicio crítico, con información incompleta, asumiendo riesgos, tomando decisiones y comunicándolas a cualquier tipo de audiencia.
CG5 - Comunicarse correctamente tanto oralmente como por escrito, tanto en castellano como en una segunda lengua, utilizando la tecnología más actual.
CG6 - Actuar de forma autónoma en la evaluación de los acontecimientos socio-políticos, así como prever escenarios posibles de desarrollo de los acontecimientos y el papel de la comunicación en estos procesos.
CG8 - Reconocer la necesidad del cambio y tener la habilidad necesaria para gestionarlo
CG11 - Desarrollar un pensamiento estratégico que permita definir problemas, diagnosticar y estructurar objetivos de análisis y de acción en los campos de la consultoría, la comunicación estratégica integral y el marketing político
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.
CG3 - Dominar las técnicas suficientes que le permitan obtener información y analizar situaciones, evaluar su relevancia, y disponer de los recursos para hacerles frente
CG7 - Desempeñar diferentes roles dentro de un equipo
CG9 - Actuar de forma autónoma en un marco de libertad responsable
CG10 - Aportar valor a la organización mediante su creatividad y participación
CG12 - Gestionar y dirigir proyectos, y adquirir las capacidades de síntesis y exposición que permiten la elaboración de un informe final
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES
No existen datos
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS
CE1 - Capacidad de gestionar el marketing de organizaciones complejas y de desarrollo y ejecución de campañas de comunicación específicas en el marco de una planificación estratégica e integral
CE2 - Capacidad para aplicar los conocimientos adquiridos en la toma de decisiones y en la resolución de conflictos de organizaciones complejas y en el seguimiento de los mismos, tanto en el nivel estratégico como en el operativo o en el técnico.
CE3 - Capacidad para comprender y conocer en profundidad las funciones internas y externas de la dirección estratégica de una organización compleja, incluidas la gestión y el liderazgo de los equipos multidisciplinares
CE6 - Conocer las diferencias y similitudes de los diferentes campos del marketing y de la comunicación: empresarial, organizacional, institucional y política
CE9 - Capacidad para la utilización avanzada de técnicas y procesos usados en las diversas fases de la gestión del marketing en organizaciones públicas y privadas
CE10 - Capacidad de pensar estratégicamente los procesos de comunicación, su puesta en marcha y su evaluación

CE11 - Capacidad de diseñar y gestionar el marketing y la comunicación en situaciones de crisis a nivel estratégico, operativo y táctico		
CE7 - Capacidad para utilizar métodos y técnicas avanzadas de investigación social, política y de mercado (como tradicionalmente se les denominaba) en el ámbito del marketing político y la comunicación política.		
CE8 - Capacidad para diseñar planes de comunicación ligados a la construcción de determinados productos políticos, implementarlos y evaluarlos.		
CE4 - Adquirir habilidades para adaptarse al trabajo en los equipos de marketing, comunicación y consultoría políticas, integrados por personas de diversas disciplinas y/o liderarlos.		
CE5 - Capacidad para utilizar las tecnologías más avanzadas en la gestión de la consultoría política orientada a los gobiernos y a las campañas en el entorno 2.0 desde una perspectiva estratégica, así como para diseñar proyectos de marketing viral, interactivo, SEM-SEO, etc...		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
TRABAJO PRESENCIAL EN EL AULA	24	32
TRABAJO PERSONAL DEL ALUMNO	51	68
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
CLASES EXPOSITIVAS		
CLASES INTERACTIVAS		
TUTORIAS		
ESTUDIO INDIVIDUAL DEL ALUMNO		
PREPARACION DE TRABAJOS Y EXPOSICIONES EN GRUPO		
REALIZACION DE TRABAJOS INDIVIDUALES		
OTRAS TAREAS		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
EXAMEN FINAL	40.0	80.0
VALORACION DE TRABAJOS, EXPOSICIONES Y PRACTICAS	10.0	40.0
VALORACION DE LA PARTICIPACION EN LAS CLASES PRESENCIALES	10.0	40.0
NIVEL 2: Gestión de crisis		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	OBLIGATORIA	
ECTS NIVEL 2	3	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
3		
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
Sí	No	No

FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<p>En toda situación de crisis, y muy especialmente en las crisis agudas, el correcto empleo de los recursos estratégicos de marketing y comunicación, es un instrumento esencial para la gestión. La comprensión de los problemas por parte de los ciudadanos, y la correcta información sobre los objetivos y prioridades de las intervenciones, determinan el correcto comportamiento de los agentes implicados y constituyen una cuestión esencial para la participación de los ciudadanos en todo el proceso.</p> <p>El objetivo de la asignatura es el estudio de la etiología de las crisis, los modelos de comunicación aplicables, la implicación de los líderes en los procesos de acción y comunicación, y el uso de los diferentes medios disponibles en cada caso. De manera especial, se analizará la influencia de los mensajes de contenido psicológico orientados a rebajar las tensiones que pueden generar dichos conflictos.</p> <p>Además, ante crisis sobrevenidas debe existir un protocolo de actuación preexistente, que permita que la organización, empresa o institución actúe de forma rápida y coordinada. Esta asignatura pretende dotar al alumnado de las claves para la elaboración de dicho protocolo, tratando temas como la gestión de equipos, la acción-reacción y la minimización de riesgos. El contenido se extenderá a cuestiones como la anticipación y detección de crisis, cómo influye el liderazgo en una crisis, generación de alternativas, diseño e implementación de un manual de actuación de crisis, evaluación de daños, crisis como posibilidad de cambio de estrategias organizativas o institucionales, etc.</p>		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG1 - Adquirir conocimientos actualizados sobre la Comunicación Estratégica Integral, el Marketing Político y la Consultoría Política		
CG2 - Entender de forma sistemática los procesos políticos relevantes, su contexto, y como aplicar los principios del marketing y la comunicación política a situaciones complejas, teniendo en cuenta a los diferentes actores y agentes de cada situación.		
CG5 - Comunicarse correctamente tanto oralmente como por escrito, tanto en castellano como en una segunda lengua, utilizando la tecnología más actual.		
CG4 - Tratar situaciones complejas, críticas e impredecibles de forma sistemática y creativa, con juicio crítico, con información incompleta, asumiendo riesgos, tomando decisiones y comunicándolas a cualquier tipo de audiencia.		
CG6 - Actuar de forma autónoma en la evaluación de los acontecimientos socio-políticos, así como prever escenarios posibles de desarrollo de los acontecimientos y el papel de la comunicación en estos procesos.		
CG8 - Reconocer la necesidad del cambio y tener la habilidad necesaria para gestionarlo		
CG11 - Desarrollar un pensamiento estratégico que permita definir problemas, diagnosticar y estructurar objetivos de análisis y de acción en los campos de la consultoría, la comunicación estratégica integral y el marketing político		
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.		
CG3 - Dominar las técnicas suficientes que le permitan obtener información y analizar situaciones, evaluar su relevancia, y disponer de los recursos para hacerles frente		
CG7 - Desempeñar diferentes roles dentro de un equipo		
CG9 - Actuar de forma autónoma en un marco de libertad responsable		
CG10 - Aportar valor a la organización mediante su creatividad y participación		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		

No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE2 - Capacidad para aplicar los conocimientos adquiridos en la toma de decisiones y en la resolución de conflictos de organizacionles complejas y en el seguimiento de los mismos, tanto en el nivel estrategico como en el operativo o en el tecnico.		
CE3 - Capacidad para comprender y conocer en profundidad las funciones internas y externas de la direccion estrategica de una organizacion compleja, incluidas la gestion y el liderazgo de los equipos multidisciplinares		
CE9 - Capacidad para la utilizacion avanzada de tecnicas y procesos usados en las diversas fases de la gestion del marketing en organizaciones publicas y privadas		
CE10 - Capacidad de pensar estrategicamente los procesos de comunicacion, su puesta en marcha y su evaluacion		
CE11 - Capacidad de diseñar y gestionar el marketing y la comunicacion en situaciones de crisis a nivel estrategico, operativo y tactico		
CE15 - Capacidad para desarrollar un estudio avanzado sobre aspectos relevantes del marketing político, la consultoría y la comunicacion estratégica integral, así como defender la metodología y las conclusiones alcanzadas ante especialistas en este ámbito disciplinar		
CE4 - Adquirir habilidades para adpatarse al trabajo en los equipos de marketing, comunicación y consultoría políticas, integrados por personas de diversas disciplinas y/o liderarlos.		
CE8 - Capacidad para diseñar planes de comunicación ligados a la construcción de determinados productos políticos, implementarlos y evaluarlos.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
TRABAJO PRESENCIAL EN EL AULA	24	32
TRABAJO PERSONAL DEL ALUMNO	51	68
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
CLASES EXPOSITIVAS		
CLASES INTERACTIVAS		
TUTORIAS		
ESTUDIO INDIVIDUAL DEL ALUMNO		
PREPARACION DE TRABAJOS Y EXPOSICIONES EN GRUPO		
REALIZACION DE TRABAJOS INDIVIDUALES		
OTRAS TAREAS		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
EXAMEN FINAL	40.0	80.0
VALORACION DE TRABAJOS, EXPOSICIONES Y PRACTICAS	10.0	40.0
VALORACION DE LA PARTICIPACION EN LAS CLASES PRESENCIALES	10.0	40.0
5.5 NIVEL 1: CONSULTORÍA, MARKETING Y COMUNICACIÓN POLÍTICO-ELECTORAL		
5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1		
NIVEL 2: Planificación y dirección de campañas		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	OPTATIVA	
ECTS NIVEL 2	3	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
	3	

ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
Sí	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE ESPECIALIDADES		
No existen datos		
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<p>La competitividad y complejidad de los escenarios electorales en la actualidad, requieren una mayor profesionalización de la figura del planificador y gestor de campañas electorales. Esta asignatura pretende dotar al estudiante de las técnicas más eficaces a la hora de planificar y dirigir campañas electorales. Los aspectos centrales que se tratarán tanto de forma teórica, como fundamentalmente práctica son, en primer lugar, la determinación de los espacios de competición política, en segundo lugar, el establecimiento de unos objetivos, y por último, el desarrollo de una estrategia de campaña. La planificación requiere de conocimientos en análisis electoral, normativa electoral e institucional, agenda política, funcionamiento de partidos y del sistema de partidos, liderazgo, etc...</p>		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG1 - Adquirir conocimientos actualizados sobre la Comunicación Estratégica Integral, el Marketing Político y la Consultoría Política		
CG2 - Entender de forma sistemática los procesos políticos relevantes, su contexto, y como aplicar los principios del marketing y la comunicación política a situaciones complejas, teniendo en cuenta a los diferentes actores y agentes de cada situación.		
CG4 - Tratar situaciones complejas, críticas e impredecibles de forma sistemática y creativa, con juicio crítico, con información incompleta, asumiendo riesgos, tomando decisiones y comunicándolas a cualquier tipo de audiencia.		
CG5 - Comunicarse correctamente tanto oralmente como por escrito, tanto en castellano como en una segunda lengua, utilizando la tecnología más actual.		
CG6 - Actuar de forma autónoma en la evaluación de los acontecimientos socio-políticos, así como prever escenarios posibles de desarrollo de los acontecimientos y el papel de la comunicación en estos procesos.		
CG8 - Reconocer la necesidad del cambio y tener la habilidad necesaria para gestionarlo		
CG11 - Desarrollar un pensamiento estratégico que permita definir problemas, diagnosticar y estructurar objetivos de análisis y de acción en los campos de la consultoría, la comunicación estratégica integral y el marketing político		
CG12 - Gestionar y dirigir proyectos, y adquirir las capacidades de síntesis y exposición que permiten la elaboración de un informe final		
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.		
CG3 - Dominar las técnicas suficientes que le permitan obtener información y analizar situaciones, evaluar su relevancia, y disponer de los recursos para hacerles frente		
CG7 - Desempeñar diferentes roles dentro de un equipo		
CG9 - Actuar de forma autónoma en un marco de libertad responsable		
CG10 - Aportar valor a la organización mediante su creatividad y participación		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE1 - Capacidad de gestionar el marketing de organizaciones complejas y de desarrollo y ejecución de campañas de comunicación específicas en el marco de una planificación estratégica e integral		
CE3 - Capacidad para comprender y conocer en profundidad las funciones internas y externas de la dirección estratégica de una organización compleja, incluidas la gestión y el liderazgo de los equipos multidisciplinares		
CE6 - Conocer las diferencias y similitudes de los diferentes campos del marketing y de la comunicación: empresarial, organizacional, institucional y política		
CE7 - Capacidad para desarrollar investigaciones en el ámbito del marketing y la comunicación política		
CE8 - Capacidad para diseñar planes de comunicación ligados a la construcción de determinados productos políticos, implementarlos y evaluarlos		
CE10 - Capacidad de pensar estratégicamente los procesos de comunicación, su puesta en marcha y su evaluación		
CE11 - Capacidad de diseñar y gestionar el marketing y la comunicación en situaciones de crisis a nivel estratégico, operativo y táctico		
CE14 - Capacidad de entender, pensar y desarrollar la comunicación con los ciudadanos online en el marco de la Web 2.0		
CE13 - Capacidad para organizar eventos y acontecimientos dentro de una estrategia de marketing		
CE15 - Capacidad para desarrollar un estudio avanzado sobre aspectos relevantes del marketing político y la comunicación estratégica integral, así como defender la metodología y las conclusiones alcanzadas ante especialistas en este ámbito disciplinar		
CE4 - Adquirir habilidades para adaptarse al trabajo en los equipos de marketing, comunicación y consultoría políticas, integrados por personas de diversas disciplinas y/o liderarlos.		
CE9 - Capacidad para la utilización avanzada de técnicas y procesos usados en las diversas fases de la gestión del marketing político y la consultoría política en organizaciones públicas y privadas		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
TRABAJO PRESENCIAL EN EL AULA	24	32
TRABAJO PERSONAL DEL ALUMNO	51	68
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
CLASES EXPOSITIVAS		
CLASES INTERACTIVAS		
TUTORIAS		
ESTUDIO INDIVIDUAL DEL ALUMNO		
PREPARACION DE TRABAJOS Y EXPOSICIONES EN GRUPO		
REALIZACION DE TRABAJOS INDIVIDUALES		
OTRAS TAREAS		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
EXAMEN FINAL	40.0	80.0

VALORACION DE TRABAJOS, EXPOSICIONES Y PRACTICAS	10.0	40.0
VALORACION DE LA PARTICIPACION EN LAS CLASES PRESENCIALES	10.0	40.0
NIVEL 2: El consultor y la gestión de campaña		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	OPTATIVA	
ECTS NIVEL 2	3	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
	3	
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
Lenguas en las que se imparte		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
Sí	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE ESPECIALIDADES		
No existen datos		
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<p>Los contenidos de esta asignatura tratan sobre los siguientes aspectos de las campañas:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Fases de campaña y programación de acciones. 2. Formación y dirección de equipos. 3. Asesores internos y asesores externos. Cooperación y competición. 4. Reclutamiento y organización de voluntarios. 5. Oficina del candidato. 6. Financiación y captación de recursos. 7. Gestión de eventos. 		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG1 - Adquirir conocimientos actualizados sobre la Comunicación Estratégica Integral, el Marketing Político y la Consultoría Política		
CG2 - Entender de forma sistemática los procesos políticos relevantes, su contexto, y como aplicar los principios del marketing y la comunicación política a situaciones complejas, teniendo en cuenta a los diferentes actores y agentes de cada situación.		
CG4 - Tratar situaciones complejas, críticas e impredecibles de forma sistemática y creativa, con juicio crítico, con información incompleta, asumiendo riesgos, tomando decisiones y comunicándolas a cualquier tipo de audiencia.		
CG6 - Actuar de forma autónoma en la evaluación de los acontecimientos socio-políticos, así como prever escenarios posibles de desarrollo de los acontecimientos y el papel de la comunicación en estos procesos.		

CG8 - Reconocer la necesidad del cambio y tener la habilidad necesaria para gestionarlo
CG11 - Desarrollar un pensamiento estrategico que permita definir problemas, diagnosticar y estructurar objetivos de analisis y de accion en los campos de la consultoria, la comunicacion estrategica integral y el marketing politico
CG12 - Gestionar y dirigir proyectos, y adquirir las capacidades de sintesis y exposicion que permiten la elaboracion de un informe final
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.
CG3 - Dominar las tecnicas suficientes que le permitan obtener informacion y analizar situaciones, evaluar su relevancia, y disponer de los recursos para hacerles frente
CG7 - Desempeñar diferentes roles dentro de un equipo
CG9 - Actuar de forma autonoma en un marco de libertad responsable
CG10 - Aportar valor a la organizacion mediante su creatividad y participacion
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES
No existen datos
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS
CE1 - Capacidad de gestionar el marketing de organizaciones complejas y de desarrollo y ejecucion de campañas de comunicacion especificas en el marco de una planificacion estrategica e integral
CE2 - Capacidad para aplicar los conocimientos adquiridos en la toma de decisiones y en la resolucion de conflictos de organizaciolnes complejas y en el seguimiento de los mismos, tanto en el nivel estrategico como en el operativo o en el tecnico.
CE3 - Capacidad para comprender y conocer en profundidad las funciones internas y externas de la direccion estrategica de una organizacion compleja, incluidas la gestion y el liderazgo de los equipos multidisciplinares
CE6 - Conocer las diferencias y similitudes de los diferentes campos del marketing y de la comunicacion: empresarial, organizacional, institucional y politica
CE7 - Capacidad para desarrollar investigaciones en el ambito del marketing y la comunicacion politica
CE8 - Capacidad para diseñar planes de comunicacion ligados a la construccion de determinados productos politicos, implementarlos y evaluarlos
CE10 - Capacidad de pensar estrategicamente los procesos de comunicacion, su puesta en marcha y su evaluacion
CE11 - Capacidad de diseñar y gestionar el marketing y la comunicacion en situaciones de crisis a nivel estrategico, operativo y tactico
CE12 - Capacidad para entender y transmitir las necesidades de instituciones, organizaciones y empresas, del marketing y la comunicacion politica, tanto a nivel interno como externo, desde una perspectiva integral
CE15 - Capacidad para desarrollar un estudio avanzado sobre aspectos relevantes del marketing politico y la comunicacion estrategica integral, asi como defender la metodologia y las conclusiones alcanzadas ante especialistas en este ambito disciplinar
CE4 - Adquirir habilidades para adpatarse al trabajo en los equipos de marketing, comunicaci3n y consultoría políticas, integrados por personas de diversas disciplinas y/o liderarlos.
CE5 - Capacidad para utilizar las tecnologías más avanzadas en la gestión de la consultoría política orientada a los gobiernos y a las campañas en el entorno 2.0 desde una perspectiva estratégica, así como para diseñar proyectos de marketing viral, interactivo, SEM-SEO, etc...
CE9 - Capacidad para la utilización avanzada de técnicas y procesos usados en las diversas fases de la gestión del marketing político y la consultoría política en organizaciones públicas y privadas
CE13 - Capacidad para dirigir la organización y producción de eventos y acontecimientos dentro de una estrategia de marketing

CE14 - Capacidad de entender, pensar y desarrollar la comunicación con los ciudadanos online en el marco de la Web 2.0, así como para analizar las repercusiones sociales y políticas de su impacto.		
CE16 - Capacidad para elaborar todo tipo de informes propios del ámbito de la consultoría política		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
TRABAJO PRESENCIAL EN EL AULA	24	32
TRABAJO PERSONAL DEL ALUMNO	51	68
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
CLASES EXPOSITIVAS		
CLASES INTERACTIVAS		
TUTORIAS		
ESTUDIO INDIVIDUAL DEL ALUMNO		
PREPARACION DE TRABAJOS Y EXPOSICIONES EN GRUPO		
REALIZACION DE TRABAJOS INDIVIDUALES		
OTRAS TAREAS		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
EXAMEN FINAL	40.0	80.0
VALORACION DE TRABAJOS, EXPOSICIONES Y PRACTICAS	10.0	40.0
VALORACION DE LA PARTICIPACION EN LAS CLASES PRESENCIALES	10.0	40.0
NIVEL 2: Gobierno y campaña		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	OPTATIVA	
ECTS NIVEL 2	3	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
	3	
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
Sí	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE ESPECIALIDADES		
No existen datos		
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		

5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE
5.5.1.3 CONTENIDOS
<p>La comunicación desde el gobierno: en un contexto complejo y cambiante, los gobiernos necesitan conciliar sus políticas con las demandas ciudadanas, de ahí al importancia del concepto de campaña permanente, en referencia a la necesidad de estar siempre atento a las exigencias del electorado, así como a la necesidad de explicar los logros del gobierno. Pero antes de comunicar, los gobiernos tienen que contruir el producto para la comunicación. Los tipos y modelos de producto político definen la tipología de los gobiernos y de sus líderes, su capacidad para entrar en la agenda política, o la velocidad y persistencia de cada producto político.</p> <p>Desde esta perspectiva, la publicidad unstitucional constituye también un instrumento al servicio de los intereses de los gobiernos, de la optimización de las acciones de gobierno.</p>
5.5.1.4 OBSERVACIONES
5.5.1.5 COMPETENCIAS
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES
CG1 - Adquirir conocimientos actualizados sobre la Comunicación Estratégica Integral, el Marketing Político y la Consultoría Política
CG2 - Entender de forma sistemática los procesos políticos relevantes, su contexto, y como aplicar los principios del marketing y la comunicación política a situaciones complejas, teniendo en cuenta a los diferentes actores y agentes de cada situación.
CG4 - Tratar situaciones complejas, críticas e impredecibles de forma sistemática y creativa, con juicio crítico, con información incompleta, asumiendo riesgos, tomando decisiones y comunicándolas a cualquier tipo de audiencia.
CG7 - Desempeñar diferentes roles dentro de un equipo
CG6 - Actuar de forma autónoma en la evaluación de los acontecimientos socio-políticos, así como prever escenarios posibles de desarrollo de los acontecimientos y el papel de la comunicación en estos procesos.
CG8 - Reconocer la necesidad del cambio y tener la habilidad necesaria para gestionarlo
CG11 - Desarrollar un pensamiento estratégico que permita definir problemas, diagnosticar y estructurar objetivos de análisis y de acción en los campos de la consultoría, la comunicación estratégica integral y el marketing político
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
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.
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
CG3 - Dominar las técnicas suficientes que le permitan obtener información y analizar situaciones, evaluar su relevancia, y disponer de los recursos para hacerles frente
CG9 - Actuar de forma autónoma en un marco de libertad responsable
CG10 - Aportar valor a la organización mediante su creatividad y participación
CG12 - Gestionar y dirigir proyectos, y adquirir las capacidades de síntesis y exposición que permiten la elaboración de un informe final
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES
No existen datos
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS
CE1 - Capacidad de gestionar el marketing de organizaciones complejas y de desarrollo y ejecución de campañas de comunicación específicas en el marco de una planificación estratégica e integral
CE2 - Capacidad para aplicar los conocimientos adquiridos en la toma de decisiones y en la resolución de conflictos de organizaciones complejas y en el seguimiento de los mismos, tanto en el nivel estratégico como en el operativo o en el técnico.
CE3 - Capacidad para comprender y conocer en profundidad las funciones internas y externas de la dirección estratégica de una organización compleja, incluidas la gestión y el liderazgo de los equipos multidisciplinares

CE6 - Conocer las diferencias y similitudes de los diferentes campos del marketing y de la comunicacion: empresarial, organizacional, institucional y politica		
CE7 - Capacidad para desarrollar investigaciones en el ambito del marketing y la comunicacion politica		
CE8 - Capacidad para diseñar planes de comunicacion ligados a la construccion de determinados productos politicos, implementarlos y evaluarlos		
CE10 - Capacidad de pensar estrategicamente los procesos de comunicacion, su puesta en marcha y su evaluacion		
CE11 - Capacidad de diseñar y gestionar el marketing y la comunicacion en situaciones de crisis a nivel estrategico, operativo y tactico		
CE13 - Capacidad para dirigir la organización y producción de eventos y acontecimientos dentro de una estrategia de marketing		
CE14 - Capacidad de entender, pensar y desarrollar la comunicacion con los ciudadanos online en el marco de la Web 2.0		
CE15 - Capacidad para desarrollar un estudio avanzado sobre aspectos relevantes del marketing politico y la comunicacion estrategica integral, así como defender la metodologia y las conclusiones alcanzadas ante especialistas en este ambito disciplinar		
CE4 - Adquirir habilidades para adpatarse al trabajo en los equipos de marketing, comunicación y consultoría políticas, integrados por personas de diversas disciplinas y/o liderarlos.		
CE5 - Capacidad para utilizar las tecnologías más avanzadas en la gestión de la consultoría política orientada a los gobiernos y a las campañas en el entorno 2.0 desde una perspectiva estratégica, así como para diseñar proyectos de marketing viral, interactivo, SEM-SEO, etc...		
CE9 - Capacidad para la utilización avanzada de técnicas y procesos usados en las diversas fases de la gestión del marketing político y la consultoría política en organizaciones públicas y privadas		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
TRABAJO PRESENCIAL EN EL AULA	24	32
TRABAJO PERSONAL DEL ALUMNO	51	68
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
CLASES EXPOSITIVAS		
CLASES INTERACTIVAS		
ESTUDIO INDIVIDUAL DEL ALUMNO		
TUTORIAS		
PREPARACION DE TRABAJOS Y EXPOSICIONES EN GRUPO		
REALIZACION DE TRABAJOS INDIVIDUALES		
OTRAS TAREAS		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
EXAMEN FINAL	40.0	80.0
VALORACION DE TRABAJOS, EXPOSICIONES Y PRACTICAS	10.0	40.0
VALORACION DE LA PARTICIPACION EN LAS CLASES PRESENCIALES	10.0	40.0
NIVEL 2: Escenarios electorales		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	OPTATIVA	
ECTS NIVEL 2	3	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
	3	
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6

ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
Sí	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE ESPECIALIDADES		
No existen datos		
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<p>De contenido eminentemente práctico, mediante la utilización de estudios de caso, esta asignatura pretende ahondar en las problemáticas a las que, de forma habitual, tienen que hacer frente los directores de campaña, consultores, asesores y políticos antes de una elección. El análisis y la valoración de un escenario electoral se centra en los siguientes aspectos:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Conocimiento de percepciones y actitudes de los votantes 2. Identificación y valoración de los ejes de competición políticos: cuáles son los cleavages estructurales y coyunturales de la competición, cuáles son los temas del debate político en relación con las demandas y preferencias de los electores. 3. Conocimiento y valoración del liderazgo. 4. Análisis del sistema de partidos. Relaciones de cooperación y de competición entre partidos. 		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG1 - Adquirir conocimientos actualizados sobre la Comunicación Estratégica Integral, el Marketing Político y la Consultoría Política		
CG2 - Entender de forma sistemática los procesos políticos relevantes, su contexto, y como aplicar los principios del marketing y la comunicación política a situaciones complejas, teniendo en cuenta a los diferentes actores y agentes de cada situación.		
CG6 - Actuar de forma autónoma en la evaluación de los acontecimientos socio-políticos, así como prever escenarios posibles de desarrollo de los acontecimientos y el papel de la comunicación en estos procesos.		
CG8 - Reconocer la necesidad del cambio y tener la habilidad necesaria para gestionarlo		
CG11 - Desarrollar un pensamiento estratégico que permita definir problemas, diagnosticar y estructurar objetivos de análisis y de acción en los campos de la consultoría, la comunicación estratégica integral y el marketing político		
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.		
CG3 - Dominar las técnicas suficientes que le permitan obtener información y analizar situaciones, evaluar su relevancia, y disponer de los recursos para hacerles frente		

CG4 - Tratar situaciones complejas, criticas e impredecibles de forma sistemática y creativa, con juicio crítico, con información incompleta, asumiendo riesgos, tomando decisiones y comunicándolas a cualquier tipo de audiencia.		
CG7 - Desempeñar diferentes roles dentro de un equipo		
CG9 - Actuar de forma autónoma en un marco de libertad responsable		
CG10 - Aportar valor a la organización mediante su creatividad y participación		
CG12 - Gestionar y dirigir proyectos, y adquirir las capacidades de síntesis y exposición que permiten la elaboración de un informe final		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE1 - Capacidad de gestionar el marketing de organizaciones complejas y de desarrollo y ejecución de campañas de comunicación específicas en el marco de una planificación estratégica e integral		
CE7 - Capacidad para desarrollar investigaciones en el ámbito del marketing y la comunicación política		
CE9 - Capacidad para la utilización avanzada de técnicas y procesos usados en las diversas fases de la gestión del marketing político y la consultoría política en organizaciones públicas y privadas		
CE13 - Capacidad para dirigir la organización y producción de eventos y acontecimientos dentro de una estrategia de marketing		
CE11 - Capacidad de diseñar y gestionar el marketing y la comunicación en situaciones de crisis a nivel estratégico, operativo y táctico		
CE14 - Capacidad de entender, pensar y desarrollar la comunicación con los ciudadanos online en el marco de la Web 2.0		
CE15 - Capacidad para desarrollar un estudio avanzado sobre aspectos relevantes del marketing político y la comunicación estratégica integral, así como defender la metodología y las conclusiones alcanzadas ante especialistas en este ámbito disciplinar		
CE4 - Adquirir habilidades para adaptarse al trabajo en los equipos de marketing, comunicación y consultoría políticas, integrados por personas de diversas disciplinas y/o liderarlos.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
TRABAJO PRESENCIAL EN EL AULA	24	32
TRABAJO PERSONAL DEL ALUMNO	51	68
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
CLASES EXPOSITIVAS		
CLASES INTERACTIVAS		
TUTORIAS		
ESTUDIO INDIVIDUAL DEL ALUMNO		
PREPARACION DE TRABAJOS Y EXPOSICIONES EN GRUPO		
REALIZACION DE TRABAJOS INDIVIDUALES		
OTRAS TAREAS		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
EXAMEN FINAL	40.0	80.0
VALORACION DE TRABAJOS, EXPOSICIONES Y PRACTICAS	10.0	40.0
VALORACION DE LA PARTICIPACION EN LAS CLASES PRESENCIALES	10.0	40.0
5.5 NIVEL 1: CONSULTORÍA POLÍTICA		
5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1		
NIVEL 2: Consultoría en la Administración Pública		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	OPTATIVA	

ECTS NIVEL 2	3	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
	3	
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
Sí	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE ESPECIALIDADES		
No existen datos		
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<p>Esta asignatura pretende transmitir el contexto en el que se desarrolla la labor de consultoría en el sector público, hacer comprender la evolución de este sector y el rol reservado a la actividad de consultoría; dotar al alumno de los conocimientos y las habilidades que requieren internamente la creación y gestión de un equipo consultor y, externamente, la relación y coordinación con otros órganos de la administración; y, finalmente, capacitar para la gestión de las relaciones con los clientes.</p> <p>Para ello se hace hincapié en tres aspectos clave:</p> <ol style="list-style-type: none"> El papel del consultor en la administración pública: <ul style="list-style-type: none"> - La actividad de consultoría en el contexto de los enfoques de gestión pública. - El rol de la consultoría interna/externa en la estructura y funciones de las administraciones. - El entorno del sector público: retos y oportunidades para la actividad de consultoría. - Principales áreas de intervención. Habilidades directivas: <ul style="list-style-type: none"> - Detección de carencias y desarrollo de habilidades de liderazgo. - Liderazgo y jerarquía. - Estilo de liderazgo, estructura, motivación y cultura. - Construcción de equipos - Liderazgo y cambio. Gestión de clientes: <ul style="list-style-type: none"> - Enfoques de la relación con los clientes: operativa, colaboración y análisis. - Segmentación y factores de fidelización. - Generación e valor, prestación de servicios y satisfacción. - Atención al cliente: gestión de incidentes. - Gestión de quejas y sugerencias. 		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG1 - Adquirir conocimientos actualizados sobre la Comunicación Estratégica Integral, el Marketing Político y la Consultoría Política		
CG4 - Tratar situaciones complejas, críticas e impredecibles de forma sistemática y creativa, con juicio crítico, con información incompleta, asumiendo riesgos, tomando decisiones y comunicándolas a cualquier tipo de audiencia.		
CG8 - Reconocer la necesidad del cambio y tener la habilidad necesaria para gestionarlo		
CG11 - Desarrollar un pensamiento estratégico que permita definir problemas, diagnosticar y estructurar objetivos de análisis y de acción en los campos de la consultoría, la comunicación estratégica integral y el marketing político		

CG12 - Gestionar y dirigir proyectos, y adquirir las capacidades de síntesis y exposición que permiten la elaboración de un informe final		
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.		
CG2 - Entender de forma sistemática los procesos políticos relevantes, su contexto, y como aplicar los principios del marketing y la comunicación política a situaciones complejas, teniendo en cuenta a los diferentes actores y agentes de cada situación.		
CG5 - Comunicarse correctamente tanto oralmente como por escrito, tanto en castellano como en una segunda lengua, utilizando la tecnología más actual.		
CG6 - Actuar de forma autónoma en la evaluación de los acontecimientos socio-políticos, así como prever escenarios posibles de desarrollo de los acontecimientos y el papel de la comunicación en estos procesos.		
CG7 - Desempeñar diferentes roles dentro de un equipo		
CG9 - Actuar de forma autónoma en un marco de libertad responsable		
CG10 - Aportar valor a la organización mediante su creatividad y participación		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE2 - Capacidad para aplicar los conocimientos adquiridos en la toma de decisiones y en la resolución de conflictos de organizaciones complejas y en el seguimiento de los mismos, tanto en el nivel estratégico como en el operativo o en el técnico.		
CE3 - Capacidad para comprender y conocer en profundidad las funciones internas y externas de la dirección estratégica de una organización compleja, incluidas la gestión y el liderazgo de los equipos multidisciplinares		
CE6 - Conocer las diferencias y similitudes de los diferentes campos del marketing y de la comunicación: empresarial, organizacional, institucional y política		
CE8 - Capacidad para diseñar planes de comunicación ligados a la construcción de determinados productos políticos, implementarlos y evaluarlos		
CE11 - Capacidad de diseñar y gestionar el marketing y la comunicación en situaciones de crisis a nivel estratégico, operativo y táctico		
CE12 - Capacidad para entender y transmitir las necesidades de instituciones, organizaciones y empresas, del marketing y la comunicación política, tanto a nivel interno como externo, desde una perspectiva integral		
CE14 - Capacidad de entender, pensar y desarrollar la comunicación con los ciudadanos online en el marco de la Web 2.0		
CE15 - Capacidad para desarrollar un estudio avanzado sobre aspectos relevantes del marketing político y la comunicación estratégica integral, así como defender la metodología y las conclusiones alcanzadas ante especialistas en este ámbito disciplinar		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
TRABAJO PRESENCIAL EN EL AULA	24	32
TRABAJO PERSONAL DEL ALUMNO	51	68
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
CLASES EXPOSITIVAS		
CLASES INTERACTIVAS		
TUTORIAS		
ESTUDIO INDIVIDUAL DEL ALUMNO		

PREPARACION DE TRABAJOS Y EXPOSICIONES EN GRUPO		
REALIZACION DE TRABAJOS INDIVIDUALES		
OTRAS TAREAS		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
EXAMEN FINAL	40.0	80.0
VALORACION DE TRABAJOS, EXPOSICIONES Y PRACTICAS	10.0	40.0
VALORACION DE LA PARTICIPACION EN LAS CLASES PRESENCIALES	10.0	40.0
NIVEL 2: Herramientas en consultoría		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	OPTATIVA	
ECTS NIVEL 2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
	6	
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
Sí	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE ESPECIALIDADES		
No existen datos		
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<p>Esta asignatura combina la dotación de competencias ligadas al diseño, organización, desarrollo y gestión de proyectos junto con las habilidades necesarias para establecer la infraestructura necesaria para llevar a cabo la labor de consultoría y las técnicas habitualmente empleadas en ella.</p> <p>1. Diseño de proyectos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Planteamiento del problema y diagnóstico. - Selección de opciones y definición de objetivos. - Plan de actividades. - Acuerdos consultos/cliente. - Conocimientos técnicos y variables gerenciales, humanas y ambientales. - Organización del departamento/equipo de consultoría. - Marketing interno. <p>2. Técnicas de consultoría I:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Fuentes de información. - Técnicas de captura de datos. - Técnicas de análisis de información. - Análisis de problemas y toma de decisiones. <p>3. Técnicas de consultoría II:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Técnicas de generación de soluciones. 		

<ul style="list-style-type: none"> - Técnicas de planificación. 4. Construir un informe: <ul style="list-style-type: none"> - Aspectos técnicos previos: bitácoras y mecanismos de seguimiento y feedback. - Estilo y formato. - Estructura introductoria: título; contexto, propósito, objetivos y método. - Estructura expositiva principal: exposición de resultados, inserción gráficos. - Interpretación de resultados y elaboración de conclusiones. - Anexos. - Resumen ejecutivo y presentaciones.
5.5.1.4 OBSERVACIONES
5.5.1.5 COMPETENCIAS
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES
CG2 - Entender de forma sistemática los procesos políticos relevantes, su contexto, y como aplicar los principios del marketing y la comunicación política a situaciones complejas, teniendo en cuenta a los diferentes actores y agentes de cada situación.
CG4 - Tratar situaciones complejas, críticas e impredecibles de forma sistemática y creativa, con juicio crítico, con información incompleta, asumiendo riesgos, tomando decisiones y comunicándolas a cualquier tipo de audiencia.
CG6 - Actuar de forma autónoma en la evaluación de los acontecimientos socio-políticos, así como prever escenarios posibles de desarrollo de los acontecimientos y el papel de la comunicación en estos procesos.
CG8 - Reconocer la necesidad del cambio y tener la habilidad necesaria para gestionarlo
CG11 - Desarrollar un pensamiento estratégico que permita definir problemas, diagnosticar y estructurar objetivos de análisis y de acción en los campos de la consultoría, la comunicación estratégica integral y el marketing político
CG12 - Gestionar y dirigir proyectos, y adquirir las capacidades de síntesis y exposición que permiten la elaboración de un informe final
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.
CG1 - Adquirir conocimientos actualizados sobre la Comunicación Estratégica Integral, el Marketing Político y la Consultoría Política
CG3 - Dominar las técnicas suficientes que le permitan obtener información y analizar situaciones, evaluar su relevancia, y disponer de los recursos para hacerles frente
CG5 - Comunicarse correctamente tanto oralmente como por escrito, tanto en castellano como en una segunda lengua, utilizando la tecnología más actual.
CG7 - Desempeñar diferentes roles dentro de un equipo
CG9 - Actuar de forma autónoma en un marco de libertad responsable
CG10 - Aportar valor a la organización mediante su creatividad y participación
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS
CE6 - Conocer las diferencias y similitudes de los diferentes campos del marketing y de la comunicación: empresarial, organizacional, institucional y política
CE9 - Capacidad para la utilización avanzada de técnicas y procesos usados en las diversas fases de la gestión del marketing político y la consultoría política en organizaciones públicas y privadas
CE16 - Capacidad para elaborar todo tipo de informes propios del ámbito de la consultoría política
CE13 - Capacidad para organizar eventos y acontecimientos dentro de una estrategia de marketing
CE12 - Capacidad para entender y transmitir las necesidades de instituciones, organizaciones y empresas, del marketing y la comunicación política, tanto a nivel interno como externo, desde una perspectiva integral

CE15 - Capacidad para desarrollar un estudio avanzado sobre aspectos relevantes del marketing político y la comunicación estratégica integral, así como defender la metodología y las conclusiones alcanzadas ante especialistas en este ámbito disciplinar		
CE5 - Capacidad para utilizar las tecnologías más avanzadas en la gestión de la consultoría política orientada a los gobiernos y a las campañas en el entorno 2.0 desde una perspectiva estratégica, así como para diseñar proyectos de marketing viral, interactivo, SEM-SEO, etc...		
CE4 - Adquirir habilidades para adaptarse al trabajo en los equipos de marketing, comunicación y consultoría políticas, integrados por personas de diversas disciplinas y/o liderarlos.		
CE18 - Capacidad para elaborar presentaciones de alto nivel como parte del asesoramiento proporcionado por el consultor político		
CE7 - Capacidad para utilizar métodos y técnicas avanzadas de investigación social, política y de mercado (como tradicionalmente se les denominaba) en el ámbito del marketing político y la comunicación política.		
CE11 - Capacidad de diseñar y gestionar el marketing, la consultoría y la comunicación en situaciones de crisis a nivel estratégico, operativo y táctico		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
TRABAJO PRESENCIAL EN EL AULA	48	32
TRABAJO PERSONAL DEL ALUMNO	102	68
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
CLASES EXPOSITIVAS		
CLASES INTERACTIVAS		
TUTORIAS		
ESTUDIO INDIVIDUAL DEL ALUMNO		
PREPARACION DE TRABAJOS Y EXPOSICIONES EN GRUPO		
REALIZACION DE TRABAJOS INDIVIDUALES		
OTRAS TAREAS		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
EXAMEN FINAL	40.0	80.0
VALORACION DE TRABAJOS, EXPOSICIONES Y PRACTICAS	10.0	40.0
VALORACION DE LA PARTICIPACION EN LAS CLASES PRESENCIALES	10.0	0.0
NIVEL 2: Tipos de Consultoria		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	OPTATIVA	
ECTS NIVEL 2	3	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
	3	
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS

Sí	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE ESPECIALIDADES		
No existen datos		
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<p>Esta asignatura aborda las técnicas utilizadas en los diferentes tipos de consultoría política, haciendo especial referencia a los tipos de consultoría específica más habituales:</p> <p>La consultoría medioambiental y energética (estudios de impacto ambiental, informes de sostenibilidad, estudios hidrológicos, declaraciones de residuos peligrosos, planes de eficiencia energética, ...).</p> <p>La consultoría de calidad, orientada al cumplimiento de las normas de calidad (ISO 9001, ISO 14.001, EFQM, Q de Calidad Turística...).</p> <p>La consultoría de políticas públicas en general, especialmente la orientada a la planificación y gestión de políticas sociales y de igualdad (planes de igualdad, planes de accesibilidad, de integración de personas en riesgo de exclusión...).</p> <p>La consultoría internacional, soluciones de internacionalización en el ámbito de las políticas y de las relaciones de cooperación internacional a nivel institucional y empresarial (planificación y gestión de proyectos de cooperación internacional, presentación de proyectos para la consecución de financiación de las instituciones europeas u otro tipo de organismos internacionales,...).</p> <p>La consultoría orientada al desarrollo económico, fundamentalmente a nivel local (planes estratégicos, planes de promoción económica, de competitividad, o promoción turística, ...).</p>		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG1 - Adquirir conocimientos actualizados sobre la Comunicación Estratégica Integral, el Marketing Político y la Consultoría Política		
CG2 - Entender de forma sistemática los procesos políticos relevantes, su contexto, y como aplicar los principios del marketing y la comunicación política a situaciones complejas, teniendo en cuenta a los diferentes actores y agentes de cada situación.		
CG4 - Tratar situaciones complejas, críticas e impredecibles de forma sistemática y creativa, con juicio crítico, con información incompleta, asumiendo riesgos, tomando decisiones y comunicándolas a cualquier tipo de audiencia.		
CG6 - Actuar de forma autónoma en la evaluación de los acontecimientos socio-políticos, así como prever escenarios posibles de desarrollo de los acontecimientos y el papel de la comunicación en estos procesos.		
CG8 - Reconocer la necesidad del cambio y tener la habilidad necesaria para gestionarlo		
CG11 - Desarrollar un pensamiento estratégico que permita definir problemas, diagnosticar y estructurar objetivos de análisis y de acción en los campos de la consultoría, la comunicación estratégica integral y el marketing político		
CG12 - Gestionar y dirigir proyectos, y adquirir las capacidades de síntesis y exposición que permiten la elaboración de un informe final		
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.		
CG5 - Comunicarse correctamente tanto oralmente como por escrito, tanto en castellano como en una segunda lengua, utilizando la tecnología más actual.		
CG7 - Desempeñar diferentes roles dentro de un equipo		

CG9 - Actuar de forma autonoma en un marco de libertad responsable		
CG10 - Aportar valor a la organizacion mediante su creatividad y participacion		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE2 - Capacidad para aplicar los conocimientos adquiridos en la toma de decisiones y en la resolución de conflictos de organizaciones complejas y en el seguimiento de los mismos, tanto en el nivel estratégico como en el operativo o en el técnico.		
CE3 - Capacidad para comprender y conocer en profundidad las funciones internas y externas de la dirección estratégica de una organización compleja, incluidas la gestión y el liderazgo de los equipos multidisciplinares		
CE4 - Adquirir habilidades para adaptarse al trabajo en los equipos de marketing, comunicación y consultoría políticas, integrados por personas de diversas disciplinas y/o liderarlos.		
CE6 - Conocer las diferencias y similitudes de los diferentes campos del marketing y de la comunicación: empresarial, organizacional, institucional y política		
CE16 - Capacidad para elaborar todo tipo de informes propios del ámbito de la consultoría política		
CE17 - Capacidad de gestionar las relaciones con los clientes del consultor político, tanto del ámbito público como del privado.		
CE11 - Capacidad de diseñar y gestionar el marketing y la comunicación en situaciones de crisis a nivel estratégico, operativo y táctico		
CE12 - Capacidad para entender y transmitir las necesidades de instituciones, organizaciones y empresas, del marketing y la comunicación política, tanto a nivel interno como externo, desde una perspectiva integral		
CE13 - Capacidad para organizar eventos y acontecimientos dentro de una estrategia de marketing		
CE15 - Capacidad para desarrollar un estudio avanzado sobre aspectos relevantes del marketing político y la comunicación estratégica integral, así como defender la metodología y las conclusiones alcanzadas ante especialistas en este ámbito disciplinar		
CE18 - Capacidad para elaborar presentaciones de alto nivel como parte del asesoramiento proporcionado por el consultor político		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
TRABAJO PRESENCIAL EN EL AULA	24	32
TRABAJO PERSONAL DEL ALUMNO	51	68
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
CLASES INTERACTIVAS		
CLASES EXPOSITIVAS		
TUTORIAS		
ESTUDIO INDIVIDUAL DEL ALUMNO		
PREPARACION DE TRABAJOS Y EXPOSICIONES EN GRUPO		
REALIZACION DE TRABAJOS INDIVIDUALES		
OTRAS TAREAS		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
EXAMEN FINAL	40.0	80.0
VALORACION DE TRABAJOS, EXPOSICIONES Y PRACTICAS	10.0	40.0
VALORACION DE LA PARTICIPACION EN LAS CLASES PRESENCIALES	10.0	40.0
5.5 NIVEL 1: PRÁCTICAS EXTERNAS		
5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1		
NIVEL 2: Practicas Externas		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	PRÁCTICAS EXTERNAS	

ECTS NIVEL 2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
	6	
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
Sí	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<p>La realización de un periodo de prácticas en instituciones, agencias o empresas del sector del marketing político e institucional y la comunicación política tiene también varios objetivos. Por una parte, intenta servir de puente al alumno entre la experiencia vital de un estudiante y la del desempeño de un puesto de trabajo. Por otra parte, sirve de campo de experiencia para la aplicación de los conocimientos adquiridos y para observar en la realidad como se desarrolla la aplicación de dichos conocimientos por profesionales de mayor experiencia. El alumno tiene un tutor en la Universidad al cual puede acudir para cualquier cuestión o duda de cualquier problema que se plantee. El tutor está en contacto con los responsables de la empresa en la que el alumno desarrolla su periodo de prácticas. A la finalización de dicho periodo, la empresa emite un informe evaluatorio del desempeño del alumno, al mismo tiempo que el alumno tiene que escribir un informe sobre su actividad durante las prácticas.</p>		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG2 - Entender de forma sistemática los procesos políticos relevantes, su contexto, y como aplicar los principios del marketing y la comunicación política a situaciones complejas, teniendo en cuenta a los diferentes actores y agentes de cada situación.		
CG3 - Dominar las técnicas suficientes que le permitan obtener información y analizar situaciones, evaluar su relevancia, y disponer de los recursos para hacerles frente		
CG4 - Tratar situaciones complejas, críticas e impredecibles de forma sistemática y creativa, con juicio crítico, con información incompleta, asumiendo riesgos, tomando decisiones y comunicándolas a cualquier tipo de audiencia.		
CG6 - Actuar de forma autónoma en la evaluación de los acontecimientos socio-políticos, así como prever escenarios posibles de desarrollo de los acontecimientos y el papel de la comunicación en estos procesos.		
CG7 - Desempeñar diferentes roles dentro de un equipo		
CG8 - Reconocer la necesidad del cambio y tener la habilidad necesaria para gestionarlo		
CG10 - Aportar valor a la organización mediante su creatividad y participación		
CG11 - Desarrollar un pensamiento estratégico que permita definir problemas, diagnosticar y estructurar objetivos de análisis y de acción en los campos de la consultoría, la comunicación estratégica integral y el marketing político		
CG12 - Gestionar y dirigir proyectos, y adquirir las capacidades de síntesis y exposición que permiten la elaboración de un informe final		
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.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE2 - Capacidad para aplicar los conocimientos adquiridos en la toma de decisiones y en la resolución de conflictos de organizaciones complejas y en el seguimiento de los mismos, tanto en el nivel estratégico como en el operativo o en el técnico.		
CE3 - Capacidad para comprender y conocer en profundidad las funciones internas y externas de la dirección estratégica de una organización compleja, incluidas la gestión y el liderazgo de los equipos multidisciplinares		
CE4 - Adquirir habilidades para adaptarse al trabajo en los equipos de marketing y comunicación integrados por personas de diversas disciplinas y/o liderarlos		
CE16 - Capacidad para elaborar todo tipo de informes propios del ámbito de la consultoría política		
CE6 - Conocer las diferencias y similitudes de los diferentes campos del marketing y de la comunicación: empresarial, organizacional, institucional y política		
CE7 - Capacidad para desarrollar investigaciones en el ámbito del marketing y la comunicación política		
CE8 - Capacidad para diseñar planes de comunicación ligados a la construcción de determinados productos políticos, implementarlos y evaluarlos		
CE9 - Capacidad para la utilización avanzada de técnicas y procesos usados en las diversas fases de la gestión del marketing en organizaciones públicas y privadas		
CE10 - Capacidad de pensar estratégicamente los procesos de comunicación, su puesta en marcha y su evaluación		
CE12 - Capacidad para entender y transmitir las necesidades de instituciones, organizaciones y empresas, del marketing y la comunicación política, tanto a nivel interno como externo, desde una perspectiva integral		
CE1 - Capacidad de gestionar el marketing de organizaciones complejas y de desarrollo, y de ejecutar campañas de comunicación política específicas en el marco de una planificación estratégica e integral		
CE11 - Capacidad de diseñar y gestionar el marketing, la consultoría y la comunicación en situaciones de crisis a nivel estratégico, operativo y táctico		
CE13 - Capacidad para dirigir la organización y producción de eventos y acontecimientos dentro de una estrategia de marketing		
CE17 - Capacidad de gestionar las relaciones con los clientes del consultor político, tanto del ámbito público como del privado.		
CE18 - Capacidad para elaborar presentaciones de alto nivel como parte del asesoramiento proporcionado por el consultor político		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
TRABAJO PERSONAL DEL ALUMNO	150	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
TUTORIAS		
OTRAS TAREAS		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
VALORACIÓN PRÁCTICAS PROFESOR-TUTOR	50.0	50.0
VALORACIÓN INFORME PRÁCTICAS ALUMNO	25.0	25.0
VALORACIÓN INFORME EVALUACIÓN EMPRESA PRÁCTICAS	25.0	25.0
5.5 NIVEL 1: TRABAJO FIN DE MASTER		

5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1		
NIVEL 2: Trabajo Fin de Master		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	TRABAJO FIN DE MÁSTER	
ECTS NIVEL 2	12	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
	12	
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
Sí	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE ESPECIALIDADES		
No existen datos		
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<p>Es un trabajo de carácter obligatorio que consistirá en un pequeño proyecto de investigación individual, realizado por el/los estudiantes tutorizados por un profesor; y que se deberá defender de forma pública y mediante el cual el estudiante podrá mostrar las competencias y conocimientos teóricos y prácticos adquiridos a lo largo del curso. El trabajo de Fin de Master, permite al alumno desarrollar las capacidades de escritura, argumentación, análisis y exposición pública, fundamentales para los perfiles profesionales del Título.</p>		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG2 - Entender de forma sistemática los procesos políticos relevantes, su contexto, y como aplicar los principios del marketing y la comunicación política a situaciones complejas, teniendo en cuenta a los diferentes actores y agentes de cada situación.		
CG3 - Dominar las técnicas suficientes que le permitan obtener información y analizar situaciones, evaluar su relevancia, y disponer de los recursos para hacerles frente		
CG4 - Tratar situaciones complejas, críticas e impredecibles de forma sistemática y creativa, con juicio crítico, con información incompleta, asumiendo riesgos, tomando decisiones y comunicándolas a cualquier tipo de audiencia.		
CG5 - Comunicarse correctamente tanto oralmente como por escrito, tanto en castellano como en una segunda lengua, utilizando la tecnología más actual.		
CG9 - Actuar de forma autónoma en un marco de libertad responsable		
CG11 - Desarrollar un pensamiento estratégico que permita definir problemas, diagnosticar y estructurar objetivos de análisis y de acción en los campos de la consultoría, la comunicación estratégica integral y el marketing político		
CG6 - Actuar de forma autónoma en la evaluación de los acontecimientos socio-políticos, así como prever escenarios posibles de desarrollo de los acontecimientos y el papel de la comunicación en estos procesos.		

CG1 - Adquirir conocimientos actualizados sobre la Comunicación Estratégica Integral, el Marketing Político y la Consultoría Política		
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.		
Seleccione un valor		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE3 - Capacidad para comprender y conocer en profundidad las funciones internas y externas de la dirección estratégica de una organización compleja, incluidas la gestión y el liderazgo de los equipos multidisciplinares		
CE5 - Capacidad para utilizar las tecnologías más avanzadas en la gestión de los gobiernos y campañas en el entorno 2.0 desde una perspectiva estratégica y para diseñar proyectos de marketing viral, interactivo, SEM-SEO, etc...		
CE7 - Capacidad para desarrollar investigaciones en el ámbito del marketing y la comunicación política		
CE9 - Capacidad para la utilización avanzada de técnicas y procesos usados en las diversas fases de la gestión del marketing en organizaciones públicas y privadas		
CE10 - Capacidad de pensar estratégicamente los procesos de comunicación, su puesta en marcha y su evaluación		
CE15 - Capacidad para desarrollar un estudio avanzado sobre aspectos relevantes del marketing político, la consultoría y la comunicación estratégica integral, así como defender la metodología y las conclusiones alcanzadas ante especialistas en este ámbito disciplinar		
CE2 - Capacidad para aplicar los conocimientos adquiridos en la toma de decisiones y en la resolución de conflictos de organizaciones complejas y en el seguimiento de los mismos, tanto en el nivel estratégico como en el operativo o en el técnico.		
CE10 - Capacidad de pensar estratégicamente los procesos de comunicación, su puesta en marcha y su evaluación		
CE6 - Conocer las diferencias y similitudes de los diferentes campos del marketing, de la consultoría y de la comunicación (empresarial, organizacional, institucional y política).		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
TRABAJO PERSONAL DEL ALUMNO	150	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
TUTORIAS		
ESTUDIO INDIVIDUAL DEL ALUMNO		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
DEFENSA TFM	50.0	50.0
VALORACIÓN TFM	50.0	50.0

6. PERSONAL ACADÉMICO

6.1 PROFESORADO Y OTROS RECURSOS HUMANOS				
Universidad	Categoría	Total %	Doctores %	Horas %
Universidad de Santiago de Compostela	Catedrático de Universidad	10.52	100.0	0.0
Universidad de Santiago de Compostela	Profesor Contratado Doctor	15.78	100.0	0.0
Universidad de Santiago de Compostela	Profesor Titular de Universidad	57.89	100.0	0.0
Universidad de Santiago de Compostela	Profesor Asociado (incluye profesor asociado de C.C.: de Salud)	15.78	33.33	0.0
PERSONAL ACADÉMICO				
Ver Apartado 6: Anexo 1.				
6.2 OTROS RECURSOS HUMANOS				
Ver Apartado 6: Anexo 2.				

7. RECURSOS MATERIALES Y SERVICIOS

Justificación de que los medios materiales disponibles son adecuados: Ver Apartado 7: Anexo 1.

8. RESULTADOS PREVISTOS

8.1 ESTIMACIÓN DE VALORES CUANTITATIVOS		
TASA DE GRADUACIÓN %	TASA DE ABANDONO %	TASA DE EFICIENCIA %
90	10	85
CODIGO	TASA	VALOR %
1	Tasa de Rendimiento	85

Justificación de los Indicadores Propuestos:

Ver Apartado 8: Anexo 1.

8.2 PROCEDIMIENTO GENERAL PARA VALORAR EL PROCESO Y LOS RESULTADOS

Asimismo, la Comisión Académica, los Coordinadores de Programa y los Coordinadores de Área, también realizan un seguimiento de los resultados de los estudiantes y su aprendizaje, proporcionándoles feedback por medio del Coordinador de Programa.

En tercer lugar, desde el momento en que se aprueba la idea base del Trabajo Fin de Master hasta su defensa ante el Tribunal, cada estudiante o equipo de estudiantes cuenta con un Profesor-Tutor, cuyas funciones se han descrito en el apartado 4.3, que realiza a su vez un seguimiento del Trabajo y del desempeño del estudiante en las asignaturas directamente relacionadas con éste o que son necesarias para desarrollarlo con éxito, por si fuera necesario adoptar alguna medida de apoyo adicional.

En los Programas de Postgrado de la Universidad de Santiago de Compostela y del Instituto Universitario de Investigación Ortega y Gasset, como no podía ser de otra forma, la evaluación del estudiante es continua, valorándose, de forma general, para cada módulo, materia o asignatura, lo siguiente:

1.- Asistencia a las clases presenciales. Es imprescindible asistir a un mínimo del 80 % de las clases presenciales en todos y cada uno de los módulos, materias y asignaturas que componen el Programa. Si un estudiante incumpliera este requisito, sin causa justificada, no podría continuar cursando el Programa.

2.- Participación en clase. Se trata de que el estudiante aprenda participando y haciendo. Las clases presenciales se apoyan e imparten sobre la base de materiales previamente proporcionados a los estudiantes sobre los que después se trabaja en clase con el profesor y con el resto de estudiantes. Una vez que el profesor ha hecho una introducción en la que ha expuesto y explicado los aspectos fundamentales del tema a tratar, la participación del estudiante es fundamental. El principio de interactividad y complementariedad entre profesor y estudiantes y entre éstos últimos es básico en el desarrollo de la docencia y es un elemento más para valorar su nivel de aprendizaje y adquisición de habilidades. Se tiene en cuenta aquí, a la hora de establecer la valoración del trabajo, su capacidad de comunicación oral, argumentación, habilidad en las relaciones interpersonales, razonamiento crítico, organización creativa en la presentación de las ideas, claridad, iniciativa, formación cultural, lingüística y su capacidad para reflexionar sobre la materia de la que se trate.

3.- Realización de trabajos y exposición de casos prácticos, basados en el principio de autonomía del estudiante. Con los materiales que el profesor suministra a los estudiantes al comenzar el módulo, la materia o la asignatura más la información que el estudiante debe buscar individual o colectivamente, según las instrucciones del profesor, el estudiante debe ser capaz de llevar a cabo trabajos académicos o de realizar presentaciones profesionales, según los casos, adecuadamente. El contenido, la presentación formal del trabajo, la utilización de bibliografía de procedencia diversa, en especial aquella que no aparece en los buscadores más conocidos de Internet, la capacidad de análisis y síntesis, de estructuración, organización y planifi-

cación del trabajo, su precisión en las explicaciones, su capacidad de trabajo en equipo, si así lo requiere la materia, el nivel de conocimiento de contenidos o la exposición en clase o en el seminario correspondiente son elementos que pasan a formar parte de la evaluación del estudiante.

4.- Como parte fundamental de la evaluación, se incluirán pruebas escritas en las que se tendrán en cuenta tanto los conocimientos adquiridos como la forma de sintetizarlos y exponerlos de forma escrita.

5.- Para la evaluación del Trabajo Fin de Máster se seguirá el siguiente procedimiento:

- Una vez finalizado el Trabajo por parte del estudiante, el tutor emitirá un informe sobre los progresos que el estudiante ha ido realizando y sobre los resultados obtenidos. Tendrá muy en cuenta el avance en el manejo de fuentes así como la evolución en su capacidad para realizar aportaciones sobre el objeto de estudio.
- Se designará un tribunal de evaluación, a propuesta de la Comisión Académica del Máster. La composición de los tribunales (composición, dirección o codirección) se hará de acuerdo con la normativa de TFM de la USC. En los tribunales que se constituyan en cualquiera de las sedes dos sedes podrán participar profesorado tanto de la USC como del IUJOG que imparta docencia en el máster.
- El estudiante deberá exponer ante dicha Comisión, presencialmente o haciendo uso de las tecnologías disponibles, los objetivos, metodología, fuentes utilizadas y resultados obtenidos en su Trabajo. Tras su exposición se establecerá un diálogo crítico con la Comisión.
- La defensa del trabajo tendrá carácter público.
- La calificación del Trabajo estará orientada a reflejar la adquisición de las competencias asociadas al Título.
- En todo caso, la evaluación se realizará de acuerdo con la "Normativa de evaluación de rendimiento académico dos estudiantes e de revisión de calificaciones" aprobada en el Consejo de Gobierno da USC do 15 de xuño de 2011

Con este sistema global de evaluación y seguimiento del programa de máster se valorará si se han cumplido todos los objetivos de la titulación o si por el contrario existe alguna carencia en algún aspecto concreto, en cuyo caso se tomarán las acciones de mejora necesarias con el fin de que se alcancen dichos objetivos.

9. SISTEMA DE GARANTÍA DE CALIDAD

ENLACE	http://www.usc.es/gl/centros/politicas/SGIC.html
--------	---

10. CALENDARIO DE IMPLANTACIÓN

10.1 CRONOGRAMA DE IMPLANTACIÓN	
CURSO DE INICIO	2012
Ver Apartado 10: Anexo 1.	
10.2 PROCEDIMIENTO DE ADAPTACIÓN	
No procede	
10.3 ENSEÑANZAS QUE SE EXTINGUEN	
CÓDIGO	ESTUDIO - CENTRO

11. PERSONAS ASOCIADAS A LA SOLICITUD

11.1 RESPONSABLE DEL TÍTULO			
NIF	NOMBRE	PRIMER APELLIDO	SEGUNDO APELLIDO
32632222Y	Jose Manuel	Rivera	Otero
DOMICILIO	CÓDIGO POSTAL	PROVINCIA	MUNICIPIO
Avda. Dr. Angel Echeverri, s/n. Facultad de Ciencias Politicas USC	15782	A Coruña	Santiago de Compostela
EMAIL	MÓVIL	FAX	CARGO
josemanuel.rivera@usc.es	600940005	881815134	Director Departamento Ciencia Política y de la Administracion
11.2 REPRESENTANTE LEGAL			
NIF	NOMBRE	PRIMER APELLIDO	SEGUNDO APELLIDO
32384100P	Juan José	Casares	Long
DOMICILIO	CÓDIGO POSTAL	PROVINCIA	MUNICIPIO
Colexio San Xerome- Praza do Obradoiro s/n	15782	A Coruña	Santiago de Compostela
EMAIL	MÓVIL	FAX	CARGO
reitor@usc.es	881811001	881811201	REITOR
11.3 SOLICITANTE			
El responsable del título es también el solicitante			
NIF	NOMBRE	PRIMER APELLIDO	SEGUNDO APELLIDO
32632222Y	Jose Manuel	Rivera	Otero

DOMICILIO	CÓDIGO POSTAL	PROVINCIA	MUNICIPIO
Avda. Dr. Angel Echeverri, s/n. Facultad de Ciencias Politicas USC	15782	A Coruña	Santiago de Compostela
EMAIL	MÓVIL	FAX	CARGO
josemanuel.rivera@usc.es	600940005	881815134	Director Departamento Ciencia Política y de la Administracion

Apartado 2: Anexo 1

Nombre : JUSTIFICACIÓN DEL TÍTULO PROPUESTO.pdf

HASH SHA1 : tU8jL34iazR8C9aw+S3Dj2p7wtk=

Código CSV : 76272654927213078765073

Ver Fichero: JUSTIFICACIÓN DEL TÍTULO PROPUESTO.pdf

Apartado 4: Anexo 1

Nombre : Sistemas de Información Previo.pdf

HASH SHA1 : GjXXhEDKzS5+On2NmxyDWOxfyY=

Código CSV : 76272672450553599616412

Ver Fichero: Sistemas de Información Previo.pdf

Apartado 5: Anexo 1

Nombre : DESCRIPCIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS.pdf

HASH SHA1 : Rg4UYcjhXMm83D5zuoTgRYNcLHA=

Código CSV : 76272697266418975045115

Ver Fichero: DESCRIPCIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS.pdf

Apartado 6: Anexo 1

Nombre : PERSONAL ACADÉMICO.pdf

HASH SHA1 : LI5n34kULzn4/xrI915aggwohV8=

Código CSV : 76272712149785123492829

Ver Fichero: PERSONAL ACADÉMICO.pdf

Apartado 6: Anexo 2

Nombre : OTROS RECURSOS HUMANOS.pdf

HASH SHA1 : cywZoYbIs+s1RYK0jBKUCPQR7SY=

Código CSV : 76272735948301842103620

Ver Fichero: OTROS RECURSOS HUMANOS.pdf

Apartado 7: Anexo 1

Nombre : 07_recursos_convenio_marketing.pdf

HASH SHA1 : AkgEf3rPVP5+xSaDlxNLkKKhP8U=

Código CSV : 76272743343429755675514

Ver Fichero: 07_recursos_convenio_marketing.pdf

Apartado 8: Anexo 1

Nombre : ESTIMACIÓN VALORES CUANTITATIVOS.pdf

HASH SHA1 : 8HKoiO46GZGptKoJ0FbIK/IBJ9U=

Código CSV : 76272763633561616952812

Ver Fichero: ESTIMACIÓN VALORES CUANTITATIVOS.pdf

Apartado 10: Anexo 1

Nombre : CRONOGRAMA_POP_MARKETING.pdf

HASH SHA1 : +RWUzSLB7ShRHob8E1VmNu/qp/A=

Código CSV : 74047821175518589074137

Ver Fichero: CRONOGRAMA_POP_MARKETING.pdf

