



**MÁSTER UNIVERSITARIO EN COMUNICACIÓN
INSTITUCIONAL Y POLÍTICA**
FACULTAD DE COMUNICACIÓN
AVDA. AMÉRICO VESPUCIO S/N
UNIVERSIDAD DE SEVILLA
ISLA DE LA CARTUJA
41092 SEVILLA

GUÍA DEL CURSO 2019-2020



ÍNDICE

1. Presentación	
1.1. El Máster en Comunicación Institucional y Política.....	p.3
1.2. La Directora/Coordinadora.....	p.3
1.3. Cuerpo de profesores.....	p. 3-4
1.4. Características generales.....	p. 4-6
1.5. ¿A quién va dirigido?.....	p. 6
2. Planificación de las enseñanzas.....	p. 7-9
3. Procedimientos y líneas de investigación para Trabajos de Fin de Máster	p. 10-13
4. Datos de contacto y horarios de consulta.....	p. 13-14
5. Datos esenciales del Programa de contenidos.....	p. 15-17
Módulo I. Principios de la Comunicación Institucional y Política	
Módulo II. Sistema Político Español: instituciones, actores políticos y elecciones	
Módulo III. Gestión de la Comunicación Institucional y Política	
Módulo IV. Estrategias de Comunicación Institucional y Política	
Módulo V. Análisis e Investigación de la Opinión Pública	
Módulo VI. Organización y desarrollo de las campañas electorales	
Módulo VII. Prácticas externas	
Módulo VIII. Trabajo Fin de Máster	
6. Horarios de noviembre de 2019 a septiembre de 2020.....	p. 17-26
7. Nota final.....	p. 26



1. Presentación

1.1. El Máster en Comunicación Institucional y Política

El Máster Universitario en Comunicación Institucional y Política es un título de la Universidad de Sevilla creado de acuerdo con la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales recogidas en el artículo 27 del Real Decreto 1393/2007, modificado por el Real Decreto 861/2010, de 2 de julio.

Aprobado por el Consejo de Gobierno de la Universidad de Sevilla, se puso en marcha al inicio del curso 2011- 2012, teniendo en cuenta la experiencia de seis ediciones del Curso de Experto en Comunicación Institucional y Marketing Político y una del Máster del mismo nombre desarrollados en la Universidad de Sevilla entre 2001 y 2009 bajo la dirección del Dr. Juan Luis Manfredi Mayoral. En el curso 2018-2019, la dirección estuvo en manos del Dr. Ramón Reig.

1.2. La Directora/Coordinadora

Dra. Sandra Méndez Muros (sustituida por Dra. Aránzazu Román San Miguel)
Dra. María José Ruiz Acosta

1.3. Cuerpo de profesores

Participan en la docencia del Máster un conjunto de profesores y profesoras, todos doctores, pertenecientes a diferentes áreas de conocimiento. Igualmente, de manera eventual, se cuenta con profesionales de diferentes instituciones, que contribuyen a asentar el carácter profesionalizante que tiene.

Dr. José Álvarez Marcos. Profesor Titular de Universidad. Departamento de Periodismo II.

Dr. Eduardo Bericat Alastuey. Catedrático de Universidad. Departamento de Sociología.

Dra. Catalina Fuentes Rodríguez. Catedrática de Universidad. Departamento de Lengua Española, Lingüística y Teoría de la Literatura.

Dra. María del Mar García Gordillo. Profesora Titular de Universidad. Departamento de Periodismo II.

Dra. Pastora Moreno Espinosa. Catedrática de Periodismo. Departamento de Periodismo II.

Dra. María José García Orta. Profesora Asociada. Departamento de Periodismo II.

Dr. Manuel Garrido Lora. Profesor Titular de Universidad. Departamento de Comunicación Audiovisual.

Dra. Rosalba Mancinas Chávez. Profesora Ayudante Doctora. Departamento de Periodismo II.



Dra. Inés Méndez Majuelos. Profesora Asociada. Departamento de Periodismo II.
Dra. Sandra Méndez Muros. Profesora Ayudante Doctora. Departamento de Periodismo II.
Dra. Trinidad Núñez Domínguez. Profesora Titular de Universidad. Departamento de Psicología Social.
Dra. Concepción Pérez Curiel. Profesora Asociada. Departamento de Periodismo II.
Dr. Antonio Pineda Cachero. Profesor Titular de Universidad. Departamento de Comunicación Audiovisual.
Dr. Juan Rey Fuentes. Profesor Titular de Universidad. Departamento de Comunicación Audiovisual.
Dr. Carlos Rodríguez Rad. Profesor Titular de Universidad. Departamento de Administración de Empresas y Comercialización e Investigación de Mercados.
Dr. José Luis Rojas Torrijos. Profesor Asociado. Departamento de Periodismo II.
Dra. Aránzazu Román San Miguel. Profesora Sustituta Interina. Departamento de Periodismo II.
Dra. Lorena Romero Domínguez. Profesora Contratada Doctora. Departamento de Periodismo II.
Dra. María José Ruiz Acosta. Profesora Titular de Universidad. Departamento de Periodismo II.
Dra. Hada Sánchez Gonzales. Profesora Contratada Doctora. Departamento de Periodismo II.
Dra. Maritza Sobrados León. Profesora Contratada Doctora. Departamento de Periodismo II.
Dra. Yolanda Troyano Rodríguez. Profesora Titular de Universidad. Departamento de Psicología Social.
Dr. Joaquín Pablo Urías Martínez. Profesor Titular de Universidad. Departamento de Derecho Constitucional.

1.4. Características generales

El Máster Universitario en Comunicación Institucional y Política está destinado a formar a profesionales especializados en los campos relacionados con la gestión, la promoción y la estrategia dentro del ámbito de la Comunicación Política y de la Comunicación Institucional.

Sus contenidos no sólo están orientados a la preparación de campañas electorales sino que se proyectan sobre la necesidad de fortalecer mecanismos de comunicación indispensables para la vida política e institucional; unos mecanismos que han de ser competentes y eficaces. Así pues, se convierten en objeto de análisis tanto las estructuras de poder, jerárquicas y organizadas, que se dan en los partidos políticos y en diferentes instituciones como a los propios actores de las mismas con la idea de entender e intervenir en una vida social, política y comunitaria de calidad.

Está impregnado de los principios la Comunicación Institucional, la Comunicación Política y el Marketing Político y Social, y su contenido formativo se sostiene en la



interdisciplinariedad apoyada con la presencia de seis áreas de conocimiento. Contiene una proyección práctica que se asienta en la propia metodología docente donde la resolución de casos prácticos está presente. Se consideran de relevancia las prácticas en organizaciones, instituciones, partidos políticos y ONG. Tiene claras aspiraciones de internacionalización por lo que se está trabajando para ofrecer la realización de una parte del currículum fuera del territorio nacional.

Está diseñado para promover en el alumnado, tanto como sea posible desde su estructura curricular, las competencias que se describen a continuación.

A. Competencias básicas (RD 1393/2007):

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. Saber aplicar los conocimientos adquiridos y tener la capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos multidisciplinares.

CB8. Saber integrar el conocimiento y enfrentarse a la capacidad de generar juicios a partir de información incompleta, incluyendo reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.

CB9. Saber comunicar sus conclusiones (y los conocimientos y razones últimas que las sustentan) a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.

CB10. Tener habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser, en gran medida, autónomo.

B. Competencias generales:

CG1. Capacidad de organización, coordinación y planificación.

CG2. Habilidad para gestionar información desde diferentes fuentes.

CG3. Capacidad competitiva para resolver problemas y tomar decisiones.

CG4. Capacidad de aplicar los conocimientos a la práctica.

CG5. Redactar informes y/ documentos.

CG6. Capacidad para utilizar herramientas informáticas relativas al ámbito de trabajo.

C. Competencias específicas:

CE1. Conocer y tener capacidad para manejar el concepto de comunicación institucional en general y política en particular.

CE2. Desarrollar, sobre una base teórico-práctica, la capacidad para elaborar planes de comunicación institucional y política.

CE3. Disponer de la capacidad profesional para el desempeño en el área del Periodismo Político.



- CE4. Adquirir el conocimiento avanzado de la vinculación de la persuasión y la propaganda con la comunicación política.
- CE5. Disponer de capacidad para leer y analizar textos y documentos especializados.
- CE6. Tener capacidad y desarrollar la habilidad para recuperar, organizar, analizar y procesar información especializada.
- CE7. Disponer de capacidad y habilidad de exponer razonadamente ideas.
- CE8. Saber buscar, seleccionar y jerarquizar cualquier tipo de fuente o documento.
- CE9. Conocer procesos para recuperar, organizar, analizar y procesar información y comunicación.
- CE10. Adquirir conocimiento avanzado del Marketing Político.
- CE11. Desarrollar y usar aplicaciones del Marketing comercial a los ámbitos institucional y político.
- CE12. Conocer y tener capacidad para diseñar estrategias de comunicación.
- CE13. Conocer y desarrollar la capacidad para diseñar y ejecutar planes de comunicación.
- CE14. Conocer y tener capacidad y habilidad para diseñar modelos de comunicación.
- CE15. Comprender y analizar estudios sobre opinión pública.
- CE16. Tener capacidad para utilizar con criterios periodísticos los datos de opinión.
- CE17. Saber desarrollar la capacidad y habilidad para diseñar modelos de recogida de datos sobre opinión pública.
- CE18. Comprender y analizar campañas electorales.
- CE19. Elaborar materiales electorales.
- CE20. Tener capacidad y habilidad para diseñar modelos de campañas electorales.
- CE21. Saber crear, planificar y gestionar adecuadamente un proyecto de comunicación institucional y política en todas sus etapas y facetas.

1.5. ¿A quién va dirigido?

Se consideran titulaciones preferentes para el acceso aquellas relacionadas con el Periodismo, la Comunicación Audiovisual y la Publicidad y Relaciones Públicas (Licenciatura/Grado). No obstante, tienen cabida otro tipo de titulaciones, en concreto aquellas vinculadas al área de las Ciencias Sociales y Jurídicas: Licenciatura/Grado en Ciencias Políticas, Licenciatura/Grado en Dirección y Administración de Empresas son ejemplos.



2. Planificación de las enseñanzas

El Máster está compuesto por ocho módulos, que se desglosan en asignaturas (ver tablas 1 y 2).

Módulo/coordinador	Denominación	Créditos	Carácter de las asignaturas	Unidad temporal
Módulo I. Coordina: Dra. Ruiz	Principios de la Comunicación Institucional y Política	6	Obligatorio	Primer cuatrimestre
Módulo II. Coordina: Dr. Urías	Sistema Político Español: instituciones, actores políticos y elecciones	6	Obligatorio	Primer cuatrimestre
Módulo III. Coordina: Dr. Rodríguez Rad	Gestión de la Comunicación Institucional y Política	4	Obligatorio	Primer cuatrimestre
Módulo IV. Coordina: Dr. Álvarez	Estrategias de Comunicación Institucional y Política	8	Obligatorio	Primer cuatrimestre
Módulo V. Coordina: Dr. Bericat	Análisis e Investigación de la Opinión Pública	6	Obligatorio	Segundo cuatrimestre
Módulo VI. Coordina: Dra. Román	Organización y desarrollo de las campañas electorales	6	Obligatorio	Segundo cuatrimestre
Módulo VII. Coordina: Dra. Jiménez	Prácticas Externas	12	Obligatorio	Segundo cuatrimestre
Módulo VIII. Coordina: Dra. Ruiz	Trabajo Fin de Máster	12	Obligatorio	Segundo cuatrimestre

Tabla 1. Desglose de módulos por asignaturas. Fuente: elaboración propia.

En la primera semana de noviembre de 2019, se celebra la sesión inaugural del Máster con intervención de la Decana de la Facultad de Comunicación, Dra. María del Mar Ramírez Alvarado, de las directoras/coordinadoras del Máster, Dra. María José Ruiz Acosta, y Dra. Aránzazu Román San Miguel (sustituye a la Dra. Sandra Méndez Muros), para dar la bienvenida a los alumnos y orientar sobre organización general, calendario y normativa. La Lección Inaugural correrá a cargo del Dr. Juan Luis Manfredi Mayoral, fundador de estos estudios.



La distribución del profesorado por módulos se muestra a continuación:

Módulo	Profesorado	Área de Conocimiento	Institución
I. Principios de la Comunicación Institucional y Política	Dra. María del Mar García Gordillo Dra. Sandra Méndez Muros Dra. Concepción Pérez Curiel Dra. Pastora Moreno Espinosa Dra. María José Ruiz Acosta Dr. Antonio Pineda Cachero	<ul style="list-style-type: none"> • Periodismo II • Comunicación Audiovisual y Publicidad 	Universidad de Sevilla
II. Sistema Político Español: instituciones, actores políticos y elecciones	Dr. Joaquín Pablo Urías Martínez	<ul style="list-style-type: none"> • Derecho Constitucional 	Universidad de Sevilla
III. Gestión de la Comunicación Institucional y Política	Dr. Carlos Rodríguez Rad Dra. Catalina Fuentes Rodríguez Dra. Pastora Moreno Espinosa	<ul style="list-style-type: none"> • Periodismo II • Administración de Empresas y Comercialización e Investigación de Mercados • Lengua Española, Lingüística y Teoría de la Literatura 	Universidad de Sevilla
IV. Estrategias de Comunicación Institucional y Política	Dr. José Álvarez Marcos Dra. Hada Sánchez Gonzales Dr. José Luis Rojas Torrijos Dra. Trinidad Núñez Domínguez Dra. Yolanda Troyano Rodríguez	<ul style="list-style-type: none"> • Periodismo II • Psicología Social 	Universidad de Sevilla
V. Análisis e Investigación de la Opinión Pública	Dr. Eduardo Bericat Alastuey	<ul style="list-style-type: none"> • Sociología 	Universidad de Sevilla
VI. Organización y desarrollo de campañas electorales	Dra. Aránzazu Román San Miguel Dra. Rosalba Mancinas Chávez Dra. Lorena Romero Domínguez	<ul style="list-style-type: none"> • Periodismo II • Comunicación Audiovisual y Publicidad 	



	Dra. Maritza Sobrados León Dra. María José García Orta Dra. Inés Méndez Majuelos Dr. Juan Rey Fuentes Dr. Manuel Garrido Lora		
Prácticas externas	Véase Programa y Proyecto	Periodismo II	Universidad de Sevilla
Trabajo Fin de Máster	Véase Programa y Proyecto		Universidad de Sevilla

Tabla 2. Distribución del profesorado por módulos. Fuente: elaboración propia.

3. Procedimientos y líneas de investigación para Trabajos de Fin de Máster

La presentación del Trabajo Fin de Máster se ajusta a lo previsto en la Normativa sobre Trabajos de Fin de Estudios de la Universidad de Sevilla y es obligatoria. Se cuenta con tres posibles momentos para su presentación: convocatorias de junio, septiembre y diciembre.

El/la estudiante debe tener en cuenta que la defensa del Trabajo Fin de Máster (TFM) posibilita la entrada al Doctorado en Comunicación que ofrece la Universidad de Sevilla.

A principios del curso académico correspondiente, la Comisión Académica del Máster pone a disposición del alumnado información relativa a las líneas de investigación de los diferentes profesores que imparten docencia en el mismo, de modo que el alumnado pueda elegir la línea y el tutor que más le convenga. Dado que la carga de créditos de TFM está asignada íntegramente al Departamento de Periodismo II, corresponde preferentemente a los profesores doctores de este departamento ser los tutores de TFM. De este modo, los profesores que imparten docencia en el Máster y forman parte de otros departamentos podrán tutorizar sólo si no hay profesores del Departamento de Periodismo II disponibles. Asimismo, la Comisión Académica podrá asignar cotutores del Departamento de Periodismo II si lo estima conveniente.

La solicitud de tutor/a se hará a través de la cumplimentación del correspondiente anexo 1 (Formulario de solicitud de tutela) que se entregará a las coordinadoras hasta el 21 de diciembre de 2019. En el plazo de un mes los/as tutores/as enviarán el anexo 2 (Aceptación de tutoría del Trabajo de Fin de Máster) a las coordinadoras y saldrá el listado definitivo de adjudicaciones.

Tutorización y temáticas del profesorado del Departamento de Periodismo II:

PROF. DR. ÁLVAREZ MARCOS, JOSÉ (jmarcos@us.es)

Comunicación Institucional.



Comunicación Interna y Gestión de la Reputación.

PROFA. DRA. GARCÍA GORDILLO, MARÍA DEL MAR (marggordillo@us.es)

Procesos electorales y medios.

Comunicación institucional y política en la Unión Europea.

Comunicación institucional en Universidades.

PROFA. DRA. GARCÍA ORTA, MARÍA JOSÉ (mjorta@us.es)

Propaganda política, marketing político, fake news.

Campañas electorales, especialmente en Estados Unidos.

Estructura de la Información.

Políticas de Comunicación.

Nuevas tecnologías de la Información y la Comunicación.

PROFA. DRA. MANCINAS CHÁVEZ, ROSALBA (rmancinas@us.es)

Estructura y contenidos de la comunicación.

Poder y democracia en la sociedad de la información.

Comunicación y Política en América Latina.

PROFA. DRA. MÉNDEZ MAJUELOS, MARÍA INÉS (imendez1@us.es)

Periodismo de Calidad. Periodismo Político, Periodismo de Tribunales y Estado de Derecho.

Comunicación Institucional y Política.

Evaluación del impacto de políticas de desarrollo local, regional e internacional.

PROFA. DRA. MÉNDEZ MUROS, SANDRA (sanmenmur@us.es)

Neuropolítica, Neuroperiodismo y Neurocomunicación política.

Historia del Periodismo Español. Sociedad civil en franquismo, transición y democracia.

Producción periodística y tecnologías en los medios de comunicación del siglo XXI.

PROFA. MORENO ESPINOSA, PASTORA (pamoreno@us.es)

El modelo español de Sociedad de la Información

Comunicación y sociedad

Comunicación, lenguajes y género

Análisis de la información sobre el deporte

Internet, los cibermedios y la influencia de las nuevas tecnologías en el trabajo periodístico

Análisis de procesos de la comunicación

Géneros periodísticos y discursos

PROFA. DRA. PÉREZ CURIEL, CONCEPCIÓN (cperz1@us.es)

Comunicación Política Institucional.



Dir-com.

Fuentes de información política.

Estrategias de comunicación y marketing político digital.

PROFA. DRA. ROMERO, LORENA (lorenaromero@us.es)

Historia del Periodismo en Europa desde el siglo XIX hasta la actualidad.

Estructura mediática y políticas de comunicación en Europa: concentración, regulación y libertad de expresión.

Transparencia informativa y Big Data.

Periodismo de investigación: realidades, mitos y falacias. Atención a las nuevas experiencias y formatos en la Red.

PROFA. DRA. RUIZ ACOSTA, MARÍA JOSÉ (mjrui@us.es)

Historia de la Comunicación en España (prensa, radio y televisión) desde su origen hasta el año 1982.

PROFA. DRA. SANCHEZ GONZALES, HADA (misago@us.es)

Estrategias de comunicación política digital.

Social media y nuevos formatos transmedia.

PROFA. DRA. SOBRADOS LEÓN, MARITZA (sobrados@us.es)

Comunicación política y Ciudadanía.

Estrategias de comunicación política en América Latina.

Estrategias de comunicación en ONG.

Periodismo Especializado (Periodismo Político).

Tutorización y temáticas del profesorado de otros departamentos:

Tutorización y temáticas del profesorado de otros departamentos:

PROF. DR. BERICAT, EDUARDO (ebericat@us.es)

Estudios de casos de opinión pública. Estudios de imagen institucional o política.

Estudios electorales. Encuestas de opinión pública. Análisis del discurso político y/o institucional. Análisis cualitativos de opinión pública mediante grupos de discusión.

PROFA. DRA. FUENTES RODRIGUEZ, CATALINA (cfuentes@us.es)

La persuasión en política.

Análisis de las estrategias argumentativas de un político concreto.

La proyección de la imagen y la creación de una identidad en el discurso institucional.

La proyección de la imagen y la creación de una identidad en el discurso político.

Influencia de la ideología en la comunicación de un grupo, medio comunicación, o institución.

El discurso digital como medio de difusión de la ideología.

Discurso digital institucional, colectivo e individual.



El papel de las redes sociales en las campañas electorales.
Recursos expresivos dominantes en campañas, líderes o grupos.

PROF. DR. GARRIDO LORA, MANUEL (mgarri@us.es)

Publicidad política e institucional.

Conflictos y violencia en la comunicación política e institucional.

La gestión de la comunicación en las campañas electorales.

PROFA. DRA NÚÑEZ DOMÍNGUEZ, TRINIDAD (mtnunez@us.es)

Aspectos psicosociales que intervienen en la interacción interpersonal.

Aspectos del comportamiento psicosocial: proceso de influencia social.

PROF. DR. REY FUENTES, JUAN (juanrey@us.es)

Publicidad política, propaganda y conceptos afines.

PROFA. DRA. TROYANO RODRÍGUEZ, YOLANDA (ytroyano@us.es)

Aspectos psicosociales que intervienen en la interacción interpersonal.

Aspectos del comportamiento psicosocial: proceso de influencia social.

4. Datos de contacto y horarios de consulta

Profesorado	Correo	Despacho	Horario Consulta
Dr. Álvarez Marcos, José	jmarcos@us.es	Despacho F9. Facultad de Comunicación	Será facilitado en clase
Dr. Bericat Alastuey, Eduardo	ebericat@us.es	Despacho G10. Facultad de Comunicación	Será facilitado en clase
Dra. Fuentes Rodríguez, Catalina	cfuentes@us.es	Facultad de Comunicación	Será facilitado en clase
Dra. García Gordillo, María del Mar	marggordillo@us.es	Despacho F5. Facultad de Comunicación	Será facilitado en clase
Dra. García Orta, María José	mjorta@us.es	Despacho H2. Facultad de Comunicación	Será facilitado en clase
Dr. Garrido Lora, Manuel	mgarri@us.es	Despacho B10. Facultad de Comunicación	Será facilitado en clase
Dra. Mancinas Chávez, Rosalba	rmancinas@us.es	Despacho F4. Facultad de Comunicación	Será facilitado en clase
Dra. Méndez	imendez1@us.es	Despacho E1. Facultad	Será facilitado



**MÁSTER UNIVERSITARIO EN COMUNICACIÓN
INSTITUCIONAL Y POLÍTICA**
FACULTAD DE COMUNICACIÓN
AVDA. AMÉRICO VESPUCCIO S/N
UNIVERSIDAD DE SEVILLA
ISLA DE LA CARTUJA
41092 SEVILLA

Majuelos, Inés		de Comunicación	en clase
Dra. Méndez Muros, Sandra	sanmenmur@us.es	Despacho H4. Facultad de Comunicación	Será facilitado en clase
Dra. Moreno Espinosa, Pastora	pamoreno@us.es	Despacho F11. Facultad de Comunicación	Será facilitado en clase
Dra. Núñez Domínguez, Trinidad	mtnunez@us.es	Despacho H5. Facultad de Comunicación	Será facilitado en clase
Dra. Pérez Curiel, Concepción	cperz1@us.es	Despacho F5. Facultad de Comunicación	Será facilitado en clase
Dr. Pineda Cachero, Antonio	apc@us.es	Despacho B5. Facultad de Comunicación	Será facilitado en clase
Dr. Rey Fuentes, Juan	juanrey@us.es	Despacho B11. Facultad de Comunicación	Será facilitado en clase
Dr. Rodríguez Rad, Carlos	crodr@us.es	Despacho G7. Facultad de Comunicación	Será facilitado en clase
Dr. Rojas Torrijos, José Luis	jlrojas@us.es	Despacho F5. Facultad de Comunicación	Será facilitado en clase
Dra. Román San Miguel, Aránzazu	arantxa@us.es	Despacho H6. Facultad de Comunicación	Será facilitado en clase
Dra. Romero Domínguez, Lorena	lorenaromero@us.es	Despacho F6. Facultad de Comunicación	Será facilitado en clase
Dra. Ruiz Acosta, María José	mjrui@us.es	Despacho F8. Facultad de Comunicación	Será facilitado en clase
Dra. Sánchez Gonzales, Hada	misago@us.es	Despacho E2. Facultad de Comunicación	Será facilitado en clase
Dra. Sobrados León, Maritza	sobrados@us.es	Despacho E2. Facultad de Comunicación	Será facilitado en clase
Dra. Troyano Rodríguez, Yolanda	ytroyano@us.es	Despacho H5. Facultad de Comunicación	Será facilitado en clase
Dr. Urías Martínez, Joaquín	urias@us.es	Facultad de Comunicación	Será facilitado en clase



5. Datos esenciales del Programa de contenidos

Módulo I. Principios de la Comunicación Institucional y Política

Profesorado:

Dra. María José Ruiz Acosta (coordinadora)

Dra. María del Mar García Gordillo

Dra. Sandra Méndez Muros

Dra. Concepción Pérez Curiel

Dra. Pastora Moreno Espinosa

Dr. Antonio Pineda Cachero

Objetivos: Familiarizarse con las definiciones, sistemas y métodos de trabajo de la Comunicación como herramienta al servicio de instituciones públicas y partidos políticos, ya que permite mejorar su visibilidad positiva y potenciar su ubicación relativa en un contexto plagado de competidores, cuando no de adversarios directos.

Módulo II. Sistema Político Español: instituciones, actores políticos y elecciones

Profesorado:

Dr. Joaquín Urías Martínez (coordinador)

Objetivos: La asignatura tiene como objetivo el estudio crítico del sistema político español desde una perspectiva constitucional. Se trata de analizar y comprender el funcionamiento de las instituciones políticas de cara al adecuado desarrollo de las competencias comunicativas en el marco de las mismas. Así, en coherencia con la titulación en la que se imparte, el temario se centrará en el estudio de aquellas instituciones especialmente conectadas con el principio democrático y la participación política. En última instancia se trata de las que son objeto de una mayor atención por parte de los medios de comunicación.

Módulo III. Gestión de la Comunicación Institucional y Política

Profesorado:

Dr. Carlos Rodríguez Rad (coordinador)

Dra. Catalina Fuentes Rodríguez

Dra. Pastora Moreno Espinosa

Objetivos: Son muchas las disciplinas que vierten sus conocimientos y metodologías sobre la comunicación institucional y política y de entre ellas nadie cuestiona la enorme influencia que ha adquirido el marketing con toda su batería de procedimientos, ya avalados en el competitivo ámbito de la esfera comercial. Aunque su trasvase al terreno de la política no es literal, el Máster está impregnado de los principios del marketing, pues el objetivo de la Comunicación Institucional y Política es claro: colocar en el mercado electoral nuestros mensajes, ideas, partidos y candidatos.



Módulo IV. Estrategias de Comunicación Institucional y Política

Profesorado:

Dr. José Álvarez Marcos (coordinador)

Dr. José Luis Rojas Torrijos

Dra. Hada Sánchez Gonzales

Dra. Trinidad Núñez Domínguez

Dra. Yolanda Troyano Rodríguez

Objetivos: Familiarizarse con las definiciones, sistemas y métodos de trabajo de la Estrategia como rama del conocimiento de aplicación en el ámbito de la Comunicación. Generar la capacidad de análisis estratégico de situaciones en las que la Comunicación juega un papel relevante y conocer ciertas aplicaciones prácticas y estudios de casos.

Módulo V. Análisis e Investigación de la Opinión Pública

Profesorado:

Dr. Eduardo Bericat Alastuey (coordinador)

Objetivos: Comprender los conceptos básicos implicados en el análisis e investigación de la opinión pública. Potenciar la conciencia metodológica en el estudio de la opinión pública. Conocer y saber aplicar técnicas al análisis e investigación de la opinión pública. Distinguir claramente entre metodologías y técnicas cuantitativas y cualitativas. Estimular el pensamiento humanista, crítico y científico aplicado al estudio de la opinión pública. Comprender el contexto social, cultural, político y económico de la opinión pública. Desarrollar conocimientos y competencias orientadas al diseño de estudios, análisis e investigaciones de la opinión pública.

Módulo VI. Organización y desarrollo de las campañas electorales

Profesorado:

Dra. Aránzazu Román San Miguel (coordinadora)

Dra. Rosalba Mancinas Chávez

Dra. Lorena Romero Domínguez

Dra. Maritza Sobrados León

Dra. Inés Méndez Majuelos

Dra. María José García Orta

Dr. Juan Rey Fuentes

Dr. Manuel Garrido Lora

Objetivos: Familiarizarse con las definiciones, sistemas y métodos de trabajo de estrategias y tácticas electorales a la luz de las experiencias más recientes en europeos, latinoamericanos y norteamericanos.



Módulo VII. Prácticas externas

Las prácticas se rigen por la Normativa de Prácticas de la Universidad de Sevilla y la Normativa específica de la Facultad de Comunicación.

La organización y gestión de las Prácticas Externas del Máster en Comunicación Institucional y Política son competencia de la Facultad de Comunicación, que sólo gestiona prácticas curriculares.

Para solicitar las prácticas curriculares hay que tener en cuenta algunas cuestiones:

Es **REQUISITO INDISPENSABLE** estar matriculado de la asignatura **PRÁCTICAS EN EMPRESAS (PRACTICUM)**.

Módulo VIII. Trabajo Fin de Máster

El Trabajo Fin de Máster (TFM en adelante) se rige por la Normativa Reguladora de los Trabajos Fin de Estudios de la Universidad de Sevilla (Acuerdo 4.1/CG 20-7-17), la Normativa General sobre Trabajos de Fin de Máster de la Facultad de Comunicación y el Desarrollo de la Normativa General de Trabajos de Fin de Máster aplicable al Máster Universitario en Comunicación Institucional y Política, aprobada por la Comisión Académica del mismo el 13 de marzo de 2018.

6. Horarios de noviembre de 2019 a junio de 2020.

NOVIEMBRE 2019

	Lunes 4	Martes 5	Miércoles 6	Jueves 7	Viernes 8
16.00-18.30		Presentación Coordinación del Máster	Lección Inaugural en el Salón de Grados de la Facultad de Comunicación	Módulo 1: Principios de Comunicación Institucional y Política Mar G. Gordillo	
19.00-21.30		Módulo 1: Principios de comunicación política e institucional María José Ruiz		Módulo 4: Estrategias de Comunicación Política e Institucional José L. Rojas	



	Lunes 11	Martes 12	Miércoles 13	Jueves 14	Viernes 15
16.00-18.30		Módulo 1: Principios de Comunicación Institucional y Política Concha P. Curiel	Módulo 4: Estrategias de Comunicación Política e Institucional Hada Sánchez	Módulo 1: Principios de Comunicación Institucional y Política Mar G. Gordillo	
19.00-21.30		Módulo 5: Análisis e Investigación de la Opinión Pública Eduardo Bericat	Módulo 5: Análisis e Investigación de la Opinión Pública Eduardo Bericat	Módulo 5: Análisis e Investigación de la Opinión Pública Eduardo Bericat	

	Lunes 18	Martes 19	Miércoles 20	Jueves 21	Viernes 22
16.00-18.30		Módulo 2: Sistema político español Joaquín Urías	Módulo 2: Sistema político español Joaquín Urías	Módulo 2: Sistema político español Joaquín Urías	
19.00-21.30		Módulo 5: Análisis e Investigación de la Opinión Pública Eduardo Bericat	Módulo 5: Análisis e Investigación de la Opinión Pública Eduardo Bericat	Módulo 5: Análisis e Investigación de la Opinión Pública Eduardo Bericat	



**MÁSTER UNIVERSITARIO EN COMUNICACIÓN
INSTITUCIONAL Y POLÍTICA**
FACULTAD DE COMUNICACIÓN
AVDA. AMÉRICO VESPUCCIO S/N
UNIVERSIDAD DE SEVILLA
ISLA DE LA CARTUJA
41092 SEVILLA

	Lunes 25	Martes 26	Miércoles 27	Jueves 28	Viernes 29
16.00-18.30		Módulo 2: Sistema político Español Joaquín Urías	Módulo 2: Sistema político español Joaquín Urías	Módulo 2: Sistema político español Joaquín Urías	
19.00-21.30		Módulo 5: Análisis e Investigación de la Opinión Pública Eduardo Bericat	Módulo 5: Análisis e Investigación de la Opinión Pública Eduardo Bericat	Módulo 5: Análisis e Investigación de la Opinión Pública Eduardo Bericat	



DICIEMBRE 2019

	Lunes 2	Martes 3	Miércoles 4	Jueves 5	Viernes 6
16.00-18.30		Módulo 2: Sistema político español Joaquín Urías	Módulo 2: Sistema político español Joaquín Urías	Módulo 2: Sistema político español Joaquín Urías	DÍA DE LA CONSTITUCIÓN
19.00-21.30		Módulo 5: Análisis e Investigación de la Opinión Pública Eduardo Bericat	Módulo 5: Análisis e Investigación de la Opinión Pública Eduardo Bericat	Módulo 5: Análisis e Investigación de la Opinión Pública Eduardo Bericat	

	Lunes 9	Martes 10	Miércoles 11	Jueves 12	Viernes 13
16.00-18.30	FESTIVO	Módulo 1: Principios de comunicación política e institucional Antonio Pineda	Módulo 1: Principios de comunicación política e institucional Antonio Pineda	Módulo 1: Principios de comunicación política e institucional Antonio Pineda	
19.00-21.30		Módulo 3: Gestión de la Comunicación Institucional y Política Carlos R. Rad	Módulo 3: Gestión de la Comunicación Institucional y Política Carlos R. Rad	Módulo 3: Gestión de la Comunicación Institucional y Política Carlos R. Rad	



**MÁSTER UNIVERSITARIO EN COMUNICACIÓN
INSTITUCIONAL Y POLÍTICA**
FACULTAD DE COMUNICACIÓN
AVDA. AMÉRICO VESPUCIO S/N
UNIVERSIDAD DE SEVILLA
ISLA DE LA CARTUJA
41092 SEVILLA

	Lunes 16	Martes 17	Miércoles 18	Jueves 19	Viernes 20
16.00-18.30		Módulo 1: Principios de comunicación política e institucional Antonio Pineda	Módulo 1: Principios de comunicación política e institucional Antonio Pineda	Módulo 1: Principios de comunicación política e institucional Antonio Pineda	
19.00-21.30		Módulo 2: Sistema político español Joaquín Urías	Módulo 2: Sistema político Español Joaquín Urías	Módulo 2: Sistema político español Joaquín Urías	



ENERO 2020

	Lunes 13	Martes 14	Miércoles 15	Jueves 16	Viernes 17
16.00-18.30		Módulo 4: Estrategias de Comunicación Política e Institucional Yolanda Troyano	Módulo 4: Estrategias de Comunicación Política e Institucional Trinidad Núñez	Módulo 3: Gestión de la Comunicación Política e Institucional Catalina Fuentes	
19.00-21.30		Módulo 4: Estrategias de Comunicación Política e Institucional Trinidad Núñez	Módulo 4: Estrategias de Comunicación Política e Institucional Yolanda Troyano	Módulo 4: Estrategias de Comunicación Política e Institucional José Álvarez	

	Lunes 20	Martes 21	Miércoles 22	Jueves 23	Viernes 24
16.00-18.30		Módulo 4: Estrategias de Comunicación política e institucional Yolanda Troyano	Módulo 3: Gestión de la Comunicación Política e Institucional Catalina Fuentes	Módulo 3: Gestión de la Comunicación Política e Institucional Catalina Fuentes	
19.00-21.30		Módulo 4: Estrategias de Comunicación Política e Institucional Trinidad Núñez	Módulo 4: Estrategias de Comunicación Política e Institucional José Álvarez	Módulo 4: Estrategias de Comunicación Política e Institucional José Álvarez	



**MÁSTER UNIVERSITARIO EN COMUNICACIÓN
INSTITUCIONAL Y POLÍTICA**
FACULTAD DE COMUNICACIÓN
AVDA. AMÉRICO VESPUCIO S/N
UNIVERSIDAD DE SEVILLA
ISLA DE LA CARTUJA
41092 SEVILLA

	Lunes 27	Martes 28	Miércoles 29	Jueves 30	Viernes 31
16.00-18.30		Seminario sobre el TFM	Seminario sobre el TFM	Seminario sobre el TFM	
19.00-21.30		Seminario sobre el TFM	Seminario sobre el TFM	Seminario sobre el TFM	



FEBRERO 2020

	Lunes 3	Martes 4	Miércoles 5	Jueves 6	Viernes 7
16.00-18.30		Módulo 6: Organización y desarrollo de campañas electorales Inés Méndez	Módulo 6: Organización y desarrollo de campañas electorales Rosalba Mancinas	Módulo 1: Principios de Comunicación Institucional y Política Pastora Moreno Informática 2.1	
19.00-21.30		Módulo 4: Estrategias de Comunicación Política e Institucional José Álvarez	Módulo 3: Gestión de la Comunicación Política e Institucional Catalina Fuentes	Módulo 6: Organización y desarrollo de campañas electorales Maritza Sobrados	

	Lunes 10	Martes 11	Miércoles 12	Jueves 13	Viernes 14
16.00-18.30		Módulo 6: Organización y desarrollo de campañas electorales Rosalba Mancinas	Módulo 6: Organización y desarrollo de campañas electorales Lorena Romero	Módulo 3: Gestión de la Comunicación Institucional y Política Pastora Moreno Informática 2.1	
19.00-21.30		Módulo 6: Organización y desarrollo de campañas electorales María José G. Orta	Módulo 6: Organización y gestión de campañas electorales Manuel Garrido	Módulo 6: Organización y gestión de campañas electorales Juan Rey	



	Lunes 17	Martes 18	Miércoles 19	Jueves 20	Viernes 21
16.00-18.30		Módulo 6: Organización y desarrollo de campañas electorales Juan Rey	Módulo 6: Organización y gestión de campañas electorales Manuel Garrido	Módulo 6: Organización y gestión de campañas electorales Lorena Romero	
19.00-21.30		Módulo 6: Organización y gestión de campañas electorales Manuel Garrido	Módulo 6: Organización y gestión de campañas electorales Manuel Garrido	Módulo 6: Organización y gestión de campañas electorales Juan Rey	

	Lunes 24	Martes 25	Miércoles 26	Jueves 27	Viernes 28
16.00-18.30		Módulo 1: Principios de Comunicación Institucional y Política Sandra Méndez	Módulo 6: Organización y desarrollo de campañas electorales Aránzazu Román		DÍA DE ANDALUCÍA
19.00-21.30		Módulo 6: Organización y gestión de campañas electorales Juan Rey			

Además el alumnado tiene que hacer 300 horas de prácticas en empresas que puede comenzar en el momento del curso que lo desee, en horario que no se solape con el de clases presenciales, un máximo de 5 horas al día durante 5 días a la semana.

Asimismo, el alumnado tendrá que superar el Trabajo Fin de Máster en los plazos establecidos en la Guía del Curso.



MARZO, ABRIL, MAYO, JUNIO 2020

Desarrollo del Trabajo Fin de Máster.
Prácticas en empresas.

7. Nota final

Las coordinadoras del Máster, profesoras Sandra Méndez Muros (sustituida por Aránzazu Román San Miguel) y María José Ruiz Acosta desean de manera especial estimular tanto al alumnado como al cuerpo docente para que le hagan llegar—sin cortapisas y con toda sinceridad— cuantas observaciones consideren oportunas con vistas al buen funcionamiento presente y futuro del Máster así como para que todos sus integrantes se encuentren lo mejor posible durante su desarrollo y su estancia en Sevilla y en la Universidad de Sevilla.