



**MÁSTER UNIVERSITARIO EN
COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL Y POLÍTICA**

Facultad de Comunicación

**GUÍA DEL CURSO
2026-2027**



ÍNDICE

1. Presentación	3
1.1. El Máster en Comunicación Institucional y Política	3
1.2. El coordinador	3
1.3. Cuerpo de profesores	3
1.4. Características generales	5
1.5. ¿A quién va dirigido?	8
2. Planificación de las enseñanzas	9
3. Procedimientos y líneas de investigación para Trabajos de Fin de Máster	13
4. Datos de contacto del profesorado	20
5. Datos esenciales del programa de contenidos	23
Módulo 1. Comunicación Institucional	23
Módulo 2. Comunicación Política	23
Módulo 3. Psicología y Lenguaje en la Comunicación Institucional y Política	23
Módulo 4. Diagnóstico e Investigación de Estrategias de Comunicación Institucional y Política	23
Módulo 5. Política Comunicativa en la Organización y Desarrollo de Campañas Electorales	24
Módulo 6. Ética y Responsabilidad Social en la Comunicación Institucional y Política	24
Módulo 7. Nuevos Formatos de la Comunicación Institucional y Política	24
Módulo 8. Géneros Periodísticos para la Comunicación Institucional y Política	24
Módulo 9. Iniciación a la Investigación Académica	25
Módulo 10. Sistema Político Español: Instituciones, Actores Políticos y Elecciones	25
Módulo 11. Comunicación Institucional y Política en Redes Sociales	25
Módulo 12. Análisis e Investigación de la Opinión Pública	25
Módulo 13. Protocolo y Usos Sociales	26
Módulo 14. Historia de la Comunicación Política	26
Módulo 15. Publicidad Política	26
Módulo 16. Libertad de Expresión y Partidos Políticos	26
Módulo 17. Interpretación y Gestión de la Opinión Pública	26
Módulo 18. Prácticas Externas	27
Módulo 19. Trabajo Fin de Máster	27
6. Horario de clases	28



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. Los siguientes coordinadores han sido: Dr. Ramón Reig (2018-2019), Dra. María José Ruiz Acosta (2019-2021), Dra. Concha Pérez Curiel (2021-2022), Dra. Sandra Méndez Muros (2019-2023) y Dr. José Luis Rojas Torrijos (2023-actualidad).

En el curso 2023-2024 entró en vigor un nuevo Plan de Estudios (2023), que fue modificado en julio de 2025 y entra en vigor para el curso 2026-27.

1.2. El coordinador

Dr. José Luis Rojas Torrijos (jlorojas@us.es).

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.

Dra. María de los Ángeles Alonso González. Profesora Asociada. Departamento de Periodismo II.
Dra. Ana Isabel Barragán Romero. Profesora Titular de Universidad. Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad.
Dr. Eduardo Bericat Alastuey. Catedrático de Universidad. Departamento de Sociología.
Dr. Salvador Contreras Navidad. Profesor Asociado. Departamento de Derecho Constitucional.
Dra. Nieves Corral Rey. Profesora sustituta. Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad.
Dr. Ricardo Manuel Domínguez García. Profesor Titular de Universidad. Departamento de Periodismo II.
Dra. María Ángeles Fernández Barrero. Profesora Titular de Universidad. Departamento de Periodismo II.
Dra. Mar García Gordillo. Catedrática de Universidad. Departamento de Periodismo II.
Dra. María José García Orta. Profesora Asociada. Departamento de Periodismo II.
Dra. Victoria García Prieto. Profesora Titular de Universidad. Departamento de Periodismo II.
Dr. Manuel Garrido Lora. Profesor Titular de Universidad. Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad.
Dr. Juan Carlos Gil González. Profesor Titular de Universidad. Departamento de Periodismo I.
Dr. Isaac López Redondo. Profesor Titular de Universidad. Departamento de Periodismo II.



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

Dra. Rosalba Mancinas Chávez. Profesora Titular de Universidad. Departamento de Periodismo II.
Dra. Inés Méndez Majuelos. Profesora Titular de Universidad. Departamento de Periodismo II.
Dr. Francisco Javier Moreno Gálvez. Profesor Titular de Universidad. Departamento de Periodismo II.
Dra. Sandra Méndez Muros. Profesora Titular de Universidad. Departamento de Periodismo II.
Dra. Pastora Moreno Espinosa. Catedrática de Universidad. Departamento de Periodismo II.
Dra. Trinidad Núñez Domínguez. Profesora Titular de Universidad. Departamento de Psicología Social.
Dr. Francisco Olivares García. Profesor Titular de Universidad. Departamento de Periodismo II.
Dra. María Soledad Padilla Herrada. Profesora Titular de Universidad. Departamento de Lengua Española, Lingüística y Teoría de la Literatura.
Dra. Concha Pérez Curiel. Catedrática de Universidad. Departamento de Periodismo II.
Dr. Antonio Pineda Cachero. Catedrático de Universidad. Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad.
Dra. Marta Pulido Polo. Profesora Titular de Universidad. Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad.
Dr. Carlos Rodríguez Rad. Profesor Titular de Universidad. Departamento de Administración de Empresas y Marketing.
Dr. José Luis Rojas Torrijos. Profesor Titular de Universidad. Departamento de Periodismo II.
Dra. Aránzazu Román San Miguel. Profesora Titular de Universidad. Departamento de Periodismo II.
Dra. Lorena R. Romero Domínguez. Profesora Titular de Universidad. Departamento de Periodismo II.
Dra. María del Mar Rubio Hernández. Profesora Titular de Universidad. Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad.
Dra. María José Ruiz Acosta. Profesora Titular de Universidad. Departamento de Periodismo II.
Dra. María Elena Sánchez del Río Vázquez. Profesora Titular de Escuela Universitaria. Departamento de Administración de Empresas y Marketing.
Dra. Hada Sánchez Gonzales. Catedrática de Universidad. Departamento de Periodismo II.
Dra. Yolanda Troyano Rodríguez. Profesora Titular de Universidad. Departamento de Psicología Social.
Dr. Joaquín Urías Martínez. Profesor Titular de Universidad. Departamento de Derecho Constitucional.
Dr. Víctor Javier Vázquez Alonso. 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 solo están orientados a la preparación de campañas electorales, sino también 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 siete 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, los conocimientos, las habilidades y las competencias que se describen a continuación.

Resultados del proceso de formación y de aprendizaje (ESG 1.2)

Tabla 2. Conocimientos, habilidades y destrezas.

Código	Descripción	Tipo
C01	Conoce los principales problemas teóricos y prácticos de la comunicación pública en las sociedades democráticas.	<i>Conocimientos o contenidos (C)</i>
C02	Analiza el funcionamiento de las instituciones políticas, su acción comunicativa y su relación con los medios periodísticos.	<i>Conocimientos o contenidos (C)</i>
C03	Conoce y maneja los procesos psicosociales y lingüísticos que intervienen en los discursos de la comunicación institucional y política y que tienen implicaciones en el comportamiento de los principales actores políticos y sociales.	<i>Conocimientos o contenidos (C)</i>
C04	Conoce procesos para recuperar, organizar, analizar y procesar información y comunicación.	<i>Conocimientos o contenidos (C)</i>



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

C05	Comprende nuevas estrategias de comunicación en el campo político e institucional.	<i>Conocimientos o contenidos (C)</i>
C06	Conoce las principales corrientes de pensamiento ético en el contexto organizativo.	<i>Conocimientos o contenidos (C)</i>
C07	Adquiere conocimiento avanzado sobre el marketing aplicado a la comunicación institucional y política.	<i>Conocimientos o contenidos (C)</i>
C08	Conoce los principales géneros periodísticos para la redacción de las informaciones relacionadas con la comunicación institucional y política.	<i>Conocimientos o contenidos (C)</i>
C09	Comprende y analiza estudios sobre opinión pública.	<i>Conocimientos o contenidos (C)</i>
C10	Comprende y analiza campañas electorales.	<i>Conocimientos o contenidos (C)</i>
C11	Identifica los nuevos formatos del periodismo digital y su aplicación en el sector de la comunicación institucional pública.	<i>Conocimientos o contenidos (C)</i>
C12	Analiza las principales plataformas online, canales de difusión de noticias y estrategias para conectar con los públicos.	<i>Conocimientos o contenidos (C)</i>
C13	Conoce y maneja las herramientas teórico-prácticas necesarias para iniciarse en la investigación académica.	<i>Conocimientos o contenidos (C)</i>
HD01	Buscar, selecciona y jerarquiza cualquier tipo de fuente informativa o documento.	<i>Habilidades o Destrezas (H-D)</i>
HD02	Expone razonadamente ideas, discursos y argumentos de carácter político en los medios de comunicación.	<i>Habilidades o Destrezas (H-D)</i>
HD03	Diseña estrategias de comunicación aplicadas a casos de estudio.	<i>Habilidades o Destrezas (H-D)</i>
HD04	Diseña un modelo de gestión de comunicación socialmente responsable e identifica las herramientas que lo hacen posible.	<i>Habilidades o Destrezas (H-D)</i>
HD05	Elabora y ejecuta planes de comunicación.	<i>Habilidades o Destrezas (H-D)</i>
HD06	Maneja aplicaciones del marketing en los ámbitos institucional y político.	<i>Habilidades o Destrezas (H-D)</i>
HD07	Domina las técnicas de recogida de datos sobre opinión pública.	<i>Habilidades o Destrezas (H-D)</i>
HD08	Redacta notas de prensa, convocatorias y prepara actos de comunicación.	<i>Habilidades o Destrezas (H-D)</i>



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

HD09	Desarrolla modelos de campañas electorales y elabora materiales relacionados.	<i>Habilidades o Destrezas (H-D)</i>
HD10	Crea, planifica y gestiona adecuadamente un proyecto de comunicación institucional y política en todas sus etapas y facetas.	<i>Habilidades o Destrezas (H-D)</i>
HD11	Elabora una auditoría de comunicación digital de una organización.	<i>Habilidades o Destrezas (H-D)</i>
HD12	Elabora, presenta y defiende un trabajo de investigación o de carácter profesionalizante como culminación de su proceso formativo.	<i>Habilidades o Destrezas (H-D)</i>
COM01	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.	<i>Competencias (COM)</i>
COM02	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.	<i>Competencias (COM)</i>
COM03	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.	<i>Competencias (COM)</i>
COM04	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.	<i>Competencias (COM)</i>
COM05	Poseer las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.	<i>Competencias (COM)</i>
COM06	Participar de forma activa en el trabajo en equipo en proyectos prácticos o de investigación.	<i>Competencias (COM)</i>
COM07	Desarrollar la capacidad de organización, coordinación y planificación en los ámbitos político e institucional.	<i>Competencias (COM)</i>
COM08	Ser capaz de gestionar información a partir de diferentes fuentes políticas e institucionales.	<i>Competencias (COM)</i>



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

COM09	Resolver problemas y tomar decisiones en el campo institucional y en el debate político.	<i>Competencias (COM)</i>
COM10	Aplicar los conocimientos teóricos a la práctica periodística en el tratamiento de la información política e institucional.	<i>Competencias (COM)</i>
COM11	Redactar informes y/ documentos periodísticos relacionados con la comunicación política e institucional..	<i>Competencias (COM)</i>
COM12	Utilizar herramientas y soportes digitales al ámbito de trabajo periodístico y de comunicación institucional.	<i>Competencias (COM)</i>
COM 13	Conocer los nuevos formatos y tendencias más innovadoras en el ámbito de la comunicación institucional y política	<i>Competencias (COM)</i>
COM14	Fomentar y garantizar el respeto a los Derechos Humanos y a los principios de accesibilidad universal, igualdad, no discriminación y de los valores democráticos y de la cultura de la paz.	<i>Competencias (COM)</i>
COM15	Tener la capacidad para promover el progreso y desarrollar y fomentar el espíritu emprendedor.	<i>Competencias (COM)</i>

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, como, por ejemplo, Licenciatura/Grado en Ciencias Políticas, Licenciatura/Grado Sociología o Licenciatura/Grado en Dirección o Administración de Empresas. A los estudiantes procedentes de países de habla no hispana se les exige un mínimo de B2 en español.



2. Planificación de las enseñanzas

El Máster está compuesto por 19 módulos, que se desglosan en asignaturas (véanse tablas 1 y 2).

Módulo/	Coordinador/a	Créditos	Carácter de las asignaturas	Unidad temporal
Módulo 1. Comunicación Institucional	Mar García Gordillo marggordillo@us.es	3	Obligatorio	Primer cuatrimestre
Módulo 2. Comunicación Política	Concha Pérez Curiel cperez1@us.es	3	Obligatorio	Primer cuatrimestre
Módulo 3. Psicología y Lenguaje en la Comunicación Institucional y Política	Sandra Méndez Muros sanmenmur@us.es	6	Obligatorio	Primer cuatrimestre
Módulo 4. Diagnóstico e Investigación de Estrategias de Comunicación Institucional y Política	Aránzazu Román San Miguel arantxa@us.es	6	Obligatorio	Primer cuatrimestre
Módulo 5. Política Comunicativa en la Organización y Desarrollo de Campañas Electorales	Rosalba Mancinas Chávez rmancinas@us.es	6	Obligatorio	Segundo cuatrimestre
Módulo 6. Ética y Responsabilidad Social en la Comunicación Institucional y Política	Juan Carlos Gil González jcgil@us.es	3	Obligatorio	Segundo cuatrimestre
Módulo 7. Nuevos Formatos de la Comunicación Institucional y Política	Hada Sánchez Gonzales misago@us.es	3	Obligatorio	Primer cuatrimestre
Módulo 8. Géneros Periodísticos para la Comunicación Institucional y Política	Pastora Moreno Espinosa pamoreno@us.es	3	Obligatorio	Primer cuatrimestre



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

Módulo 9. Iniciación a la Investigación Académica	Lorena R. Romero Domínguez lorenaromero@us.es	2	Obligatorio	Segundo cuatrimestre
Módulo 10. Sistema Político Español: Instituciones, Actores Políticos y Elecciones	Joaquín Urías Martínez urias@us.es	3	Obligatorio	Primer cuatrimestre
Módulo 11. Comunicación Institucional y Política en Redes Sociales	Francisco Olivares García folivares@us.es	3	Optativo	Segundo cuatrimestre
Módulo 12. Análisis e Investigación de la Opinión Pública	Eduardo Bericat Alastuey ebericat@us.es	3	Obligatorio	Primer cuatrimestre
Módulo 13. Protocolo y Usos Sociales	Marta Pulido Polo martapulido@us.es	3	Optativo	Segundo cuatrimestre
Módulo 14. Historia de la Comunicación Política	María José Ruiz Acosta mjruiz@us.es	3	Optativo	Segundo cuatrimestre
Módulo 15. Publicidad Política	Víctor Hernández de Santaolalla vhsantaolalla@us.es	3	Optativo	Segundo cuatrimestre
Módulo 16. Libertad de Expresión y Partidos Políticos	Joaquín Urías Martínez urias@us.es	3	Optativo	Segundo cuatrimestre
Módulo 17. Interpretación y Gestión de la Opinión Pública	Eduardo Bericat Alastuey ebericat@us.es	3	Optativo	Segundo cuatrimestre
Módulo 18. Prácticas Externas	Vicedecanato de Estudiantes y Prácticas Externas vestudiantesfcom@us.es	9	Optativo	Segundo cuatrimestre
Módulo 19. Trabajo Fin de Máster	José Luis Rojas Torrijos jlorjas@us.es	10	Obligatorio	Segundo cuatrimestre

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



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

La distribución del profesorado por módulos se muestra a continuación:

Módulo	Profesorado	Departamentos
Módulo 1. Comunicación Institucional	Dra. Mar García Gordillo Profesor pendiente de contratación	Periodismo II Comunicación Audiovisual y Publicidad
Módulo 2. Comunicación Política	Dra. Concha Pérez Curiel Dr. Antonio Pineda Cachero	Periodismo II Comunicación Audiovisual y Publicidad
Módulo 3. Psicología y Lenguaje en la Comunicación Institucional y Política	Dra. Sandra Méndez Muros Dra. Concha Pérez Curiel Dra. Trinidad Núñez Domínguez Dra. Yolanda Troyano Rodríguez Dra. María Soledad Padilla Herrada	Periodismo II Psicología Social Lengua Española, Lingüística y Teoría de la Literatura
Módulo 4. Diagnóstico e Investigación de Estrategias de Comunicación Institucional y Política	Dra. Aránzazu Román San Miguel Dra. M ^a Ángeles Fernández Barrero Dr. Carlos Rodríguez Rad Dra. María Elena Sánchez del Río Vázquez	Periodismo II Administración de Empresas y Marketing
Módulo 5. Política Comunicativa en la Organización y Desarrollo de Campañas ElectORAles	Dra. Rosalba Mancinas Chávez Dr. Fco. Javier Moreno Gálvez Dr. Ricardo M. Domínguez García Dr. Manuel Garrido Lora Dra. Nieves Corral Rey	Periodismo II Comunicación Audiovisual y Publicidad
Módulo 6. Ética y Responsabilidad Social en la Comunicación Institucional y Política	Dr. Juan Carlos Gil González	Periodismo I
Módulo 7. Nuevos Formatos de la Comunicación Institucional y Política	Dra. Hada Sánchez Gonzales Dr. José Luis Rojas Torrijos	Periodismo II



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

Módulo 8. Géneros Periodísticos para la Comunicación Institucional y Política	Dra. Pastora Moreno Espinosa Dr. Isaac López Redondo	Periodismo II
Módulo 9. Iniciación a la Investigación Académica	Dra. Lorena Romero Domínguez Dra. Ana Isabel Barragán Romero	Periodismo II Comunicación Audiovisual y Publicidad
Módulo 10. Sistema Político Español: Instituciones, Actores Políticos y Elecciones	Dr. Joaquín Pablo Urías Martínez Dr. Salvador Contreras Navidad	Derecho Constitucional
Módulo 11. Comunicación Institucional y Política en Redes Sociales	Dr. Francisco Olivares García Dra. Victoria García Prieto Dra. María de los Ángeles Alonso González Dra. María José García Orta	Periodismo II
Módulo 12. Análisis e Investigación de la Opinión Pública	Dr. Eduardo Bericat Alastuey	Sociología
Módulo 13. Protocolo y Usos Sociales	Dra. Marta Pulido Polo	Comunicación Audiovisual y Publicidad
Módulo 14. Historia de la Comunicación Política	Dra. María José Ruiz Acosta Dra. Inés Méndez Majuelos	Periodismo II
Módulo 15. Publicidad Política	Dr. Víctor Hernández de Santaolalla Dra. María del Mar Rubio Hernández	Comunicación Audiovisual y Publicidad
Módulo 16. Libertad de Expresión y Partidos Políticos	Dr. Joaquín Pablo Urías Martínez Dr. Víctor José Vázquez Alonso	Derecho Constitucional
Módulo 17. Interpretación y Gestión de la Opinión Pública	Dr. Eduardo Bericat Alastuey	Sociología

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, así como a [la normativa específica de este Máster para la realización de TFM](#). Se cuenta con tres posibles momentos para su presentación: convocatorias de junio y julio y extensión de la segunda convocatoria hasta el fin del plazo que se establezca en la tercera convocatoria del curso siguiente, normalmente a principios de noviembre.

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 se celebrará una sesión específica en la que el profesorado que imparte docencia en el Máster presentará sus líneas de investigación. De esta forma, el alumnado podrá conocer mejor las diferentes líneas existentes y, llegado el momento, podrá elegir el tutor/la tutora que más le convenga.

La solicitud de tutor/a se hará a través de la cumplimentación del correspondiente anexo 1 (Formulario de solicitud de tutela) que se entregará al coordinador desde el comienzo de curso hasta el 15 de diciembre de 2026. En el plazo de un mes, los tutores enviarán el anexo 2 (Aceptación de tutoría del Trabajo de Fin de Máster) al coordinador y se hará público el listado definitivo de adjudicaciones antes del inicio del segundo cuatrimestre. También se notificará por Terminus.

Tutorización y líneas temáticas del profesorado:

PROFA. DRA. ALONSO GONZÁLEZ, MARÍA DE LOS ÁNGELES (malonsog@us.es)

Redes sociales y nuevos lenguajes 2.0.

Periodismo ciudadano 3.0.

Audiencias y nuevos formatos audiovisuales.

Periodismo y moda.

Comunicación institucional en la red.

Comunicación y Desinformación.

Nuevos entornos híbridos de trabajo periodístico.

[Perfil en PRISMA](#)

PROFA. DRA. BARRAGÁN ROMERO, ANA ISABEL (abarragan1@us.es)

Historia de la propaganda política.

Propaganda fotográfica y redes sociales.

Marketing político y propaganda.

[Perfil en PRISMA](#)



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

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

Estudios de opinión pública para el diseño de estrategias de comunicación.

La opinión pública en la era digital.

Las emociones en la comunicación institucional y política.

Emociones y política: polarización, radicalización, desafección.

La gestión de la opinión pública en crisis, desastres y debacles reputacionales.

Herramientas para la gestión de la opinión pública.

[PERFIL EN PRISMA](#)

PROF. DR. CONTRERAS NAVIDAD, SALVADOR (scontrerasn@us.es)

Derecho de reunión virtual

Derechos de la personalidad en Internet

Derecho de la información

Libertad de expresión y redes sociales

[PERFIL EN PRISMA](#)

PROF. DR. DOMÍNGUEZ GARCÍA, RICARDO (rdominguez1@us.es)

Comunicación política y campañas electorales.

Liderazgo político y comunicación institucional.

Desinformación, polarización y populismo.

[PERFIL EN PRISMA](#)

PROFA. DRA. FERNÁNDEZ BARRERO, MARÍA ÁNGELES (mfernandez10@us.es)

Comunicación institucional.

Administración pública.

Géneros periodísticos.

Géneros de la comunicación institucional.

Comunicación externa.

Nuevos formatos periodísticos.

Redes sociales.

[PERFIL EN PRISMA](#)

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.

[PERFIL EN PRISMA](#)

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.



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

[PERFIL EN PRISMA](#)

PROFA. DRA. GARCÍA PRIETO, VICTORIA (vgarcia8@us.es)

Políticas de comunicación

Redes sociales e IA en comunicación

[PERFIL EN PRISMA](#)

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

Historia, teoría y creatividad del eslogan político.

Publicidad gráfica y carteles electorales en campañas políticas e institucionales.

Investigación de las estructuras creativas y estratégicas de las campañas políticas y electorales.

Análisis del discurso y de las estrategias de comunicación en el entorno político e institucional.

El mitin como instrumento en la comunicación política.

[PERFIL EN PRISMA](#)

PROF. DR. GIL GONZÁLEZ, JUAN CARLOS (jcgil@us.es)

Deontología profesional.

Comunicación política, ética política y transparencia.

Uso responsable de las redes sociales en la comunicación política.

[PERFIL EN PRISMA](#)

PROF. DR. HERNÁNDEZ DE SANTAOLALLA, VÍCTOR (yhsantaolalla@us.es)

Cultura de masas e ideología.

Efectos de la comunicación de masas.

Propaganda, comunicación política y redes sociales.

Vigilancia y contravigilancia a través de redes sociales y dispositivos móviles.

Análisis del discurso publicitario.

[PERFIL EN PRISMA](#)

PROF. DR. LÓPEZ REDONDO, ISAAC (ilopez6@us.es)

Videojuegos y medios de comunicación.

Géneros periodísticos.

Nuevas narrativas periodísticas.

[PERFIL EN PRISMA](#)

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.

[PERFIL EN PRISMA](#)



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

PROF. 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.

[PERFIL EN PRISMA](#)

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

Sociedad civil y democracia mediática.

Neuropolítica, neuroperiodismo y neurocomunicación política.

Producción periodística e innovación tecnológica en sistemas y rutinas informativos.

[PERFIL EN PRISMA](#)

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

El modelo español de Sociedad de la Información y la comunicación política.

Comunicación, sociedad política e instituciones.

Comunicación, lenguajes y género.

Análisis de la información sobre temas políticos.

Internet, los cybermedios y la influencia de las nuevas tecnologías en el trabajo periodístico político.

Análisis de procesos de la comunicación.

Géneros periodísticos y discursos.

[PERFIL EN PRISMA](#)

PROF. DR. MORENO GÁLVEZ, FCO. JAVIER (javiermoreno@us.es)

Comunicación política en campañas electorales.

El impacto de las nuevas tecnologías y la IA en la comunicación política e institucional.

[PERFIL EN PRISMA](#)

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

Aspectos psicosociales que intervienen en la interacción interpersonal.

Aspectos del comportamiento psicosocial: proceso de influencia social.

[PERFIL EN PRISMA](#)

PROF. DR. OLIVARES GARCÍA, FRANCISCO (folivares@us.es)

Periodismo Digital.

Redes Sociales y comunicación institucional y política.

Estructuras narrativas en TikTok y Twitch.

[PERFIL EN PRISMA](#)



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

PROFA. DRA. PADILLA HERRADA, MARÍA SOLEDAD (mypadilla@us.es)

Pragmática y Análisis del Discurso.
Corriente crítica en análisis del discurso.
Lengua y medios de comunicación.
Argumentación y persuasión lingüística.
Español coloquial.
Syntaxis del discurso.
Lengua y medios de comunicación.

[PERFIL EN PRISMA](#)

PROFA. DRA. PÉREZ CURIEL, CONCHA (cperez1@us.es)

Comunicación Política Institucional.
Dircom.
Fuentes de información política.
Estrategias de comunicación y marketing político digital.

[PERFIL EN PRISMA](#)

PROF. DR. PINEDA CACHERO, ANTONIO (apc@us.es)

Teoría de la propaganda.
Propaganda en Internet.
Comunicación política.
Publicidad política.

[PERFIL EN PRISMA](#)

PROFA. DRA. PULIDO POLO, MARTA (martapulido@us.es)

Ceremonial y protocolo
Relaciones públicas y comunicación institucional

[PERFIL EN PRISMA](#)

PROF. DR. RODRÍGUEZ RAD, CARLOS (crodri@us.es)

Comportamiento del consumidor.
Marketing para asociaciones profesionales.
Ética del consumidor.
Planificación estratégica de la comunicación.
Movilidad urbana sostenible.

[PERFIL EN PRISMA](#)



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

PROF. DR. ROJAS TORRIJOS, JOSÉ LUIS (jlorjas@us.es)

Periodismo de calidad.

Estrategias de comunicación.

Comunicación deportiva.

Nuevos formatos en comunicación digital

[PERFIL EN PRISMA](#)

PROFA. DRA. ROMÁN SAN MIGUEL, ARÁNZAZU (arantxa@us.es)

Tecnologías de la información.

Redes sociales.

Estrategias de Comunicación.

Periodismo Deportivo.

Interrelaciones entre las líneas anteriores.

[PERFIL EN PRISMA](#)

PROF. DRA. ROMERO DOMÍNGUEZ, LORENA R. (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.

[PERFIL EN PRISMA](#)

PROF. DRA. RUBIO HERNÁNDEZ, M. MAR. (mrubio8@us.es)

Análisis del discurso publicitario

Creatividad publicitaria

Publicidad y comunicación política

[PERFIL EN PRISMA](#)

PROF. DRA. RUIZ ACOSTA, MARÍA JOSÉ (mjruiz@us.es)

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

[PERFIL EN PRISMA](#)

PROFA. DRA. SÁNCHEZ DEL RÍO VÁZQUEZ, MARÍA ELENA (edelrio@us.es)

Valor.

Satisfacción.

Lealtad.

Orientación al mercado.

Consumidor.

Sostenibilidad.

Marketing interno.

Docencia.



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

[PERFIL EN PRISMA](#)

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

Estrategias de comunicación política digital.
Social media y nuevos formatos transmedia.

[PERFIL EN PRISMA](#)

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

Aspectos psicosociales que intervienen en la interacción interpersonal.
Aspectos del comportamiento psicosocial: proceso de influencia social.

[PERFIL EN PRISMA](#)

PROF. DR. URÍAS MARTÍNEZ, JOAQUÍN (urias@us.es)

Derecho de la Comunicación.
Instituciones del sistema político español.

[PERFIL EN PRISMA](#)

PROF. DR. VÁZQUEZ ALONSO, VÍCTOR J. (vvazquez@us.es)

Régimen jurídico de la comunicación digital
Control de contenidos en redes sociales
Neutralidad y publicidad institucional en medios de comunicación
El discurso político del Estado y el principio de neutralidad

[PERFIL EN PRISMA](#)



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

4. Datos de contacto del profesorado

Profesorado	Correo	Despacho
Dra. Alonso González, María de los Ángeles	malonsog@us.es	Despacho F3. Facultad de Comunicación
Dra. Barragán Romero, Ana Isabel	abarragan1@us.es	Despacho K3. Facultad de Comunicación
Dr. Bericat Alastuey, Eduardo	ebericat@us.es	Despacho G10. Facultad de Comunicación
Dr. Contreras Navidad, Salvador	scontrerasn@us.es	Despacho L3. Facultad de Comunicación
Dra. Corral Rey, Nieves	mcorral@us.es	Despacho B1. Facultad de Comunicación
Dr. Domínguez García, Ricardo	rdominguez1@us.es	Despacho A 11. Facultad de Comunicación
Dra. Fernández Barrero, M ^a Ángeles	mfernandez10@us.es	Despacho F4. Facultad de Comunicación
Dra. García Gordillo, María del Mar	marggordillo@us.es	Despacho F5. Facultad de Comunicación
Dra. García Orta, María José	mjorta@us.es	Despacho F3. Facultad de Comunicación
Dra. García Prieto, Victoria	vgarcia8@us.es	Despacho E3. Facultad de Comunicación
Dr. Garrido Lora, Manuel	mgarri@us.es	Despacho B10. Facultad de Comunicación
Dr. Gil González, Juan Carlos	jcgil@us.es	Despacho I1. Facultad de Comunicación
Dr. López Redondo, Isaac	ilopez6@us.es	Despacho H6. Facultad de Comunicación
Dra. Mancinas Chávez, Rosalba	rmancinas@us.es	Despacho F6. Facultad de Comunicación
Dra. Méndez Majuelos, Inés	imendez1@us.es	Despacho E1. Facultad de Comunicación



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

Dra. Méndez Muros, Sandra	sanmenmur@us.es	Despacho E3. Facultad de Comunicación
Dr. Moreno Gálvez, Fco. Javier	javiermoreno@us.es	Despacho E1. Facultad de Comunicación
Dra. Moreno Espinosa, Pastora	pamoreno@us.es	Despacho F11. Facultad de Comunicación
Dra. Núñez Domínguez, Trinidad	mtnunez@us.es	Despacho H5. Facultad de Comunicación
Dr. Olivares García, Francisco	folivares@us.es	Despacho E1. Facultad de Comunicación
Dra. Padilla Herrada, María Soledad	mspadilla@us.es	Facultad de Comunicación
Dra. Pérez Curiel, Concha	cperez1@us.es	Despacho F7. Facultad de Comunicación
Dr. Pineda Cachero, Antonio	apc@us.es	Despacho K3. Facultad de Comunicación
Dra. Pulido Polo, Marta	martapulido@us.es	Despacho B3. Facultad de Comunicación
Dr. Rodríguez Rad, Carlos	crodr@us.es	Despacho G7. Facultad de Comunicación
Dr. Rojas Torrijos, José Luis	jlorjas@us.es	Despacho F5. Facultad de Comunicación
Dra. Román San Miguel, Aránzazu	arantxa@us.es	Despacho H6. Facultad de Comunicación
Dra. Romero Domínguez, Lorena R.	lorenaromero@us.es	Despacho H2. Facultad de Comunicación
Dra. Rubio Hernández, María del Mar	mrubio8@us.es	Despacho H3. Facultad de Comunicación
Dra. Ruiz Acosta, María José	mjruiz@us.es	Despacho F8. Facultad de Comunicación
Dra. Sánchez del Río Vázquez, María Elena	edelrio@us.es	Facultad de Comunicación
Dra. Sánchez Gonzales, Hada	misago@us.es	Despacho F9. Facultad de Comunicación
Dra. Troyano Rodríguez, Yolanda	ytroyano@us.es	Despacho H5. Facultad de Comunicación



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

Dr. Urías Martínez, Joaquín	urias@us.es	Despacho A6. Facultad de Comunicación
Dr. Vázquez Alonso, Víctor J.	vvazquez@us.es	Despacho L3. Facultad de Comunicación

Tabla 3. Datos de contacto del profesorado. Fuente: elaboración propia.



5. Datos esenciales del programa de contenidos

Módulo 1. Comunicación Institucional

Profesorado:

Dra. Mar García Gordillo (coordinadora)

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

Módulo 2. Comunicación Política

Profesorado:

Dra. Concha Pérez Curiel (coordinadora)

Dr. Antonio Pineda Cachero

Objetivos: Familiarizarse con las definiciones, sistemas y métodos de trabajo de la Comunicación Política como herramienta al servicio de 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 3. Psicología y Lenguaje en la Comunicación Institucional y Política

Profesorado:

Dra. Sandra Méndez Muros (coordinadora)

Dra. Trinidad Núñez Domínguez

Dra. Yolanda Troyano Rodríguez

Dra. Concha Pérez Curiel

Dra. María Soledad Padilla Herrada

Objetivos: Conocer los procesos psicosociales y lingüísticos que intervienen en los discursos de la comunicación institucional y política y que tienen implicaciones en el comportamiento de los principales actores políticos y sociales.

Módulo 4. Diagnóstico e Investigación de Estrategias de Comunicación Institucional y Política

Profesorado:

Dra. Aránzazu Román San Miguel (coordinadora)

Dr. Carlos Rodríguez Rad

Dra. María Elena Sánchez del Río Vázquez

Dra. M^a Ángeles Fernández Barrero

Objetivos: Aprender 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. Investigar nuevas estrategias de comunicación en el campo político e institucional.



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

Módulo 5. Política Comunicativa en la Organización y Desarrollo de Campañas Electorales

Profesorado:

Dra. Rosalba Mancinas Chávez (coordinadora)

Dr. Manuel Garrido Lora

Dr. Francisco Javier Moreno Gálvez

Dr. Ricardo Manuel Domínguez García

Dra. Nieves Corral Rey

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 6. Ética y Responsabilidad Social en la Comunicación Institucional y Política

Profesorado:

Dr. Juan Carlos Gil González (coordinador)

Objetivos: Comprender qué se entiende por una modelo gestión socialmente responsable. Estudiar y aplicar las principales corrientes de pensamiento ético en el contexto organizativo. Identificar y analizar la gestión de los grupos de interés. Diseñar un modelo de gestión socialmente responsable. Identificar las herramientas de gestión socialmente responsables. Conocer las bases de la deontología en la comunicación institucional pública. Reflexionar sobre el valor de la transparencia en las sociedades democráticas. Reconocer actitudes éticas en los planes de comunicación institucionales y políticos. Localizar las marcas de calidad del periodismo político.

Módulo 7. Nuevos Formatos de la Comunicación Institucional y Política

Profesorado:

Dra. Hada Sánchez Gonzales (coordinadora)

Dr. José Luis Rojas Torrijos

Objetivos: Conocer los nuevos formatos del periodismo digital y su aplicación en el sector de la comunicación institucional pública. Estudiar las técnicas de creación de contenidos web. Analizar las principales plataformas online, canales de difusión de noticias y estrategias para acceder a los usuarios. Reflexionar sobre los efectos de la viralización de contenidos en el electorado y la opinión pública. Analizar cómo inciden estos nuevos formatos en el diseño de las campañas electorales o eventos institucionales. Conocer las principales estrategias de marketing digital aplicada al ámbito del máster. Investigar las posibilidades profesionales y de creación de empresa en el sector de la comunicación digital.

Módulo 8. Géneros Periodísticos para la Comunicación Institucional y Política

Profesorado:

Dra. Pastora Moreno Espinosa (coordinadora)

Dr. Isaac López Redondo

Objetivos: Dominar los principales géneros periodísticos y el proceso de redacción de las informaciones relacionadas con la comunicación institucional y política.



Módulo 9. Iniciación a la Investigación Académica

Profesorado:

Dra. Lorena Romero Domínguez (coordinadora)

Dra. Ana Isabel Barragán Romero

Objetivos: Proporcionar al alumnado del Máster conocimientos y herramientas metodológicas para preparar la realización del Trabajo Fin de Máster, así como para una posterior carrera investigadora. De esta forma, se abordan los fundamentos y el proceso de una investigación científica, así como metodologías de investigación en el campo de la comunicación.

Módulo 10. Sistema Político Español: Instituciones, Actores Políticos y Elecciones

Profesorado:

Dr. Joaquín Urías Martínez (coordinador)

Dr. Salvador Contreras Navidad

Objetivos: Estudiar de modo crítico el 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 11. Comunicación Institucional y Política en Redes Sociales

Profesorado:

Dr. Francisco Olivares García (coordinador)

Dra. Victoria García Prieto

Dra. María de los Ángeles Alonso González

Dra. María José García Orta

Objetivos: Conocer la importancia de la tecnología para la comunicación institucional y política y tener constancia de las herramientas tecnológicas empleadas, con especial atención a las redes sociales.

Módulo 12. 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 13. Protocolo y Usos Sociales

Profesorado:

Dra. Marta Pulido Polo (coordinadora)

Objetivos: Trabajar las áreas de comunicación tanto a nivel interno como externo, como canales y herramientas fundamentales para potenciar el concepto de relaciones públicas. Conocer los diferentes modelos de protocolo que se aplican en la gestión de eventos institucionales. Entender el protocolo como herramienta de comunicación de los actos institucionales.

Módulo 14. Historia de la Comunicación Política

Profesorado:

Dra. María José Ruiz Acosta (coordinadora)

Dra. Inés Méndez Majuelos

Objetivos: Conocer las nuevas prácticas comunicativas desarrolladas por los políticos y profesionales de la comunicación en el siglo XX y XXI. Identificar y comparar los rasgos de la comunicación electoral en distintos contextos geográficos. Visualizar la evolución de la comunicación política a través de la prensa, la radio, la televisión e internet. Desarrollar una visión crítica de los efectos de la nueva comunicación política digital sobre la ciudadanía y la democracia (Efecto Trump, Populismo, Desinformación).

Módulo 15. Publicidad Política

Profesorado:

Dr. Víctor Hernández de Santaolalla (coordinador)

Dra. María del Mar Rubio Hernández

Objetivos: Conocer la importancia de la publicidad política en medios de comunicación y las principales fórmulas actuales que se aplican para obtener resultados por parte de asesores políticos.

Módulo 16. Libertad de Expresión y Partidos Políticos

Profesorado:

Dr. Joaquín Pablo Urías Martínez (coordinador)

Dr. Víctor Javier Vázquez Alonso

Objetivos: Estudiar de modo crítico el sistema de partidos en España y análisis de la libertad de expresión en el contexto socio-político actual.

Módulo 17. Interpretación y Gestión de la Opinión Pública

Profesorado:

Dr. Eduardo Bericat Alastuey (coordinador)

Objetivos: Establecer los conocimientos teóricos y técnicos necesarios para que el estudiante sea capaz de abordar los diversos y complejos fenómenos de opinión pública en tanto objetos de investigación. Se procura dotar al alumno con las capacidades técnico-prácticas necesarias para utilizar la información científica disponible para analizar un fenómeno de opinión pública concreto. En este módulo discurren en paralelo procesos de aprendizaje técnico, con el desarrollo continuo y real de una práctica de análisis de opinión



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

pública). El foco está destinado al desarrollo de la capacidad del estudiante para aplicar estos recursos analíticos a los ámbitos político, social y mediático.

Módulo 18. Prácticas Externas

Las prácticas dotarán a los estudiantes de las necesarias capacidades relacionadas con la dimensión humana del trabajo, como la capacidad de adaptación, el trabajo en equipo, el liderazgo, etc. También pretenden inculcarles actitudes positivas hacia los retos a los que se enfrentarán en el futuro profesional. La comunicación con los que comparte una responsabilidad es una de esas actitudes, que es especialmente valorada en el mundo empresarial. Se rigen por la Normativa de Prácticas de la Universidad de Sevilla y la Normativa específica de la Facultad de Comunicación. Para solicitar las prácticas curriculares hay que tener en cuenta que es REQUISITO INDISPENSABLE estar matriculado de la asignatura PRÁCTICAS EN EMPRESAS (PRACTICUM). 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. La gestión de las Prácticas Externas corresponde al Vicedecanato de Estudiantes y Prácticas Externas. Para cualquier duda o consulta, debe ponerse en contacto con el vicedecano, Rubén Domínguez Delgado (vestudiantescom@us.es; teléfono: 954556213).

Módulo 19. Trabajo Fin de Máster

El Trabajo Fin de Máster (TFM) servirá para que el/la estudiante adquiera las herramientas básicas de la investigación universitaria y para demostrar la solvencia de los conocimientos adquiridos tanto en las asignaturas de cada uno de los módulos como en las lecturas que haga durante el proceso de aprendizaje. 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 4 de junio de 2024.



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

HORARIO CURSO 2026/2027

PRIMER CUATRIMESTRE					
Semana 1	Lunes 5 de octubre	Martes 6 de octubre	Miércoles 7 de octubre	Jueves 8 de octubre	Viernes 9 de octubre
16:00-18:30 horas	JORNADA DE BIENVENIDA DE MÁSTERES FCOM	Estrategias de Comunicación Institucional y Política	Sistema Político Español: Instituciones, Actores Políticos y Elecciones	JORNADA PRESENTACIÓN LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN PROFESORADO MÁSTER	Sistema Político Español: Instituciones, Actores Políticos y Elecciones
18:30-21:00 horas		Comunicación Institucional	Comunicación Política		Comunicación Política
Semana 2	Lunes 12 de octubre	Martes 13 de octubre	Miércoles 14 de octubre	Jueves 15 de octubre	Viernes 16 de octubre
16:00-18:30 horas		Estrategias de Comunicación Institucional y Política	Estrategias de Comunicación Institucional y Política	Sistema Político Español: Instituciones, Actores Políticos y Elecciones	Sistema Político Español: Instituciones, Actores Políticos y Elecciones
18:30-21:00 horas		Comunicación Institucional	Comunicación Institucional	Comunicación Política	Comunicación Política
Semana 3	Lunes 19 de octubre	Martes 20 de octubre	Miércoles 21 de octubre	Jueves 22 de octubre	Viernes 23 de octubre
16:00-18:30 horas	Estrategias de Comunicación Institucional y Política	Estrategias de Comunicación Institucional y Política	Sistema Político Español: Instituciones, Actores Políticos y Elecciones	Sistema Político Español: Instituciones, Actores Políticos y Elecciones	Sistema Político Español: Instituciones, Actores Políticos y Elecciones
18:30-21:00 horas	Comunicación Institucional	Comunicación Institucional	Comunicación Política	Comunicación Política	Comunicación Política



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

Semana 4	Lunes 26 de octubre	Martes 27 de octubre	Miércoles 28 de octubre	Jueves 29 de octubre	Viernes 30 de octubre
16:00-18:30 horas	Estrategias de Comunicación Institucional y Política	Estrategias de Comunicación Institucional y Política	Sistema Político Español: Instituciones, Actores Políticos y Elecciones	Sistema Político Español: Instituciones, Actores Políticos y Elecciones	Sistema Político Español: Instituciones, Actores Políticos y Elecciones
18:30-21:00 horas	Comunicación Institucional	Comunicación Institucional	Comunicación Política	Comunicación Política	Comunicación Política
Semana 5	Lunes 2 de noviembre	Martes 3 de noviembre	Miércoles 4 de noviembre	Jueves 5 de noviembre	Viernes 6 de noviembre
16:00-18:30 horas		Estrategias de Comunicación Institucional y Política	Comunicación Política	Sistema Político Español: Instituciones, Actores Políticos y Elecciones	Sistema Político Español: Instituciones, Actores Políticos y Elecciones
18:30-21:00 horas		Comunicación Institucional	Psicología y Lenguaje en la Comunicación Institucional y Política	Comunicación Política	Psicología y Lenguaje en la Comunicación Institucional y Política
Semana 6	Lunes 9 de noviembre	Martes 10 de noviembre	Miércoles 11 de noviembre	Jueves 12 de noviembre	Viernes 13 de noviembre
16:00-18:30 horas	Estrategias de Comunicación Institucional y Política	Estrategias de Comunicación Institucional y Política	Géneros Periodísticos para la Comunicación Institucional y Política	Psicología y Lenguaje en la Comunicación Institucional y Política	Psicología y Lenguaje en la Comunicación Institucional y Política
18:30-21:00 horas	Comunicación Institucional	Comunicación Institucional	Psicología y Lenguaje en la Comunicación Institucional y Política	Géneros Periodísticos para la Comunicación Institucional y Política	Géneros Periodísticos para la Comunicación Institucional y Política



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

Semana 7	Lunes 16 de noviembre	Martes 17 de noviembre	Miércoles 18 de noviembre	Jueves 19 de noviembre	Viernes 20 de noviembre
16:00-18:30 horas	Estrategias de Comunicación Institucional y Política	Estrategias de Comunicación Institucional y Política	Psicología y Lenguaje en la Comunicación Institucional y Política	Psicología y Lenguaje en la Comunicación Institucional y Política	Psicología y Lenguaje en la Comunicación Institucional y Política
18:30-21:00 horas	Comunicación Institucional	Comunicación Institucional	Géneros Periodísticos para la Comunicación Institucional y Política	Géneros Periodísticos para la Comunicación Institucional y Política	Géneros Periodísticos para la Comunicación Institucional y Política
Semana 8	Lunes 23 de noviembre	Martes 24 de noviembre	Miércoles 25 de noviembre	Jueves 26 de noviembre	Viernes 27 de noviembre
16:00-18:30 horas	Estrategias de Comunicación Institucional y Política	Estrategias de Comunicación Institucional y Política	Géneros Periodísticos para la Comunicación Institucional y Política	Géneros Periodísticos para la Comunicación Institucional y Política	Géneros Periodísticos para la Comunicación Institucional y Política
18:30-21:00 horas	Psicología y Lenguaje en la Comunicación Institucional y Política	Análisis e Investigación de la Opinión Pública	Psicología y Lenguaje en la Comunicación Institucional y Política	Análisis e Investigación de la Opinión Pública	Psicología y Lenguaje en la Comunicación Institucional y Política
Semana 9	Lunes 30 de noviembre	Martes 1 de diciembre	Miércoles 2 de diciembre	Jueves 3 de diciembre	Viernes 4 de diciembre
16:00-18:30 horas	Estrategias de Comunicación Institucional y Política	Estrategias de Comunicación Institucional y Política	Géneros Periodísticos para la Comunicación Institucional y Política	Géneros Periodísticos para la Comunicación Institucional y Política	Géneros Periodísticos para la Comunicación Institucional y Política
18:30-21:00 horas	Psicología y Lenguaje en la Comunicación Institucional y Política	Análisis e Investigación de la Opinión Pública	Psicología y Lenguaje en la Comunicación Institucional y Política	Análisis e Investigación de la Opinión Pública	Psicología y Lenguaje en la Comunicación Institucional y Política



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

Semana 10	Lunes 7 de diciembre	Martes 8 de diciembre	Miércoles 9 de diciembre	Jueves 10 de diciembre	Viernes 11 de diciembre
16:00-18:30 horas			Psicología y Lenguaje en la Comunicación Institucional y Política	Nuevos Formatos de la Comunicación Institucional y Política	Psicología y Lenguaje en la Comunicación Institucional y Política
18:30-21:00 horas			Estrategias de Comunicación Institucional y Política	Análisis e Investigación de la Opinión Pública	Estrategias de Comunicación Institucional y Política
Semana 11	Lunes 14 de diciembre	Martes 15 de diciembre	Miércoles 16 de diciembre	Jueves 17 de diciembre	Viernes 18 de diciembre
16:00-18:30 horas	Psicología y Lenguaje en la Comunicación Institucional y Política	Nuevos Formatos de la Comunicación Institucional y Política	Nuevos Formatos de la Comunicación Institucional y Política	Nuevos Formatos de la Comunicación Institucional y Política	Psicología y Lenguaje en la Comunicación Institucional y Política
18:30-21:00 horas	Estrategias de Comunicación Institucional y Política	Análisis e Investigación de la Opinión Pública	Estrategias de Comunicación Institucional y Política	Análisis e Investigación de la Opinión Pública	Estrategias de Comunicación Institucional y Política
Semana 12	Lunes 4 de enero	Martes 5 de enero	Miércoles 6 de enero	Jueves 7 de enero	Viernes 8 de enero
16:00-18:30 horas					
18:30-21:00 horas					



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

Semana 13	Lunes 11 de enero	Martes 12 de enero	Miércoles 13 de enero	Jueves 14 de enero	Viernes 15 de enero
16:00-18:30 horas	Psicología y Lenguaje en la Comunicación Institucional y Política	Nuevos Formatos de la Comunicación Institucional y Política	Psicología y Lenguaje en la Comunicación Institucional y Política	Nuevos Formatos de la Comunicación Institucional y Política	
18:30-21:00 horas	Estrategias de Comunicación Institucional y Política	Análisis e Investigación de la Opinión Pública	Estrategias de Comunicación Institucional y Política	Análisis e Investigación de la Opinión Pública	
Semana 14	Lunes 18 de enero	Martes 19 de enero	Miércoles 20 de enero	Jueves 21 de enero	Viernes 22 de enero
16:00-18:30 horas	Psicología y Lenguaje en la Comunicación Institucional y Política	Análisis e Investigación de la Opinión Pública	Psicología y Lenguaje en la Comunicación Institucional y Política	Análisis e Investigación de la Opinión Pública	
18:30-21:00 horas	Nuevos Formatos de la Comunicación Institucional y Política	Nuevos Formatos de la Comunicación Institucional y Política	Estrategias de Comunicación Institucional y Política	Nuevos Formatos de la Comunicación Institucional y Política	
Semana 15	Lunes 25 de enero	Martes 26 de enero	Miércoles 27 de enero	Jueves 28 de enero	Viernes 29 de enero
16:00-18:30 horas	Psicología y Lenguaje en la Comunicación Institucional y Política	Análisis e Investigación de la Opinión Pública	Psicología y Lenguaje en la Comunicación Institucional y Política		
18:30-21:00 horas	Nuevos Formatos de la Comunicación Institucional y Política	Nuevos Formatos de la Comunicación Institucional y Política	Nuevos Formatos de la Comunicación Institucional y Política		



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

SEGUNDO CUATRIMESTRE					
Semana 16	Lunes 8 de febrero	Martes 9 de febrero	Miércoles 10 de febrero	Jueves 11 de febrero	Viernes 12 de febrero
16:00-18:30 horas	Iniciación a la Investigación Académica	Iniciación a la Investigación Académica	Iniciación a la Investigación Académica	Ética y Responsabilidad Social en la Comunicación Institucional y Política	Ética y Responsabilidad Social en la Comunicación Institucional y Política
18:30-21:00 horas	Política Comunicativa en la Organización y Desarrollo de Campañas Electorales	Política Comunicativa en la Organización y Desarrollo de Campañas Electorales	Política Comunicativa en la Organización y Desarrollo de Campañas Electorales	Comunicación Institucional y Política en Redes Sociales	Comunicación Institucional y Política en Redes Sociales
Semana 17	Lunes 15 de febrero	Martes 16 de febrero	Miércoles 17 de febrero	Jueves 18 de febrero	Viernes 19 de febrero
16:00-18:30 horas	Iniciación a la Investigación Académica	Iniciación a la Investigación Académica	Iniciación a la Investigación Académica	Ética y Responsabilidad Social en la Comunicación Institucional y Política	Ética y Responsabilidad Social en la Comunicación Institucional y Política
18:30-21:00 horas	Política Comunicativa en la Organización y Desarrollo de Campañas Electorales	Política Comunicativa en la Organización y Desarrollo de Campañas Electorales	Política Comunicativa en la Organización y Desarrollo de Campañas Electorales	Comunicación Institucional y Política en Redes Sociales	Comunicación Institucional y Política en Redes Sociales



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

Semana 18	Lunes 22 de febrero	Martes 23 de febrero	Miércoles 24 de febrero	Jueves 25 de febrero	Viernes 26 de febrero
16:00-18:30 horas	Iniciación a la Investigación Académica	Iniciación a la Investigación Académica	Ética y Responsabilidad Social en la Comunicación Institucional y Política	Ética y Responsabilidad Social en la Comunicación Institucional y Política	Ética y Responsabilidad Social en la Comunicación Institucional y Política
18:30-21:00 horas	Política Comunicativa en la Organización y Desarrollo de Campañas Electorales	Política Comunicativa en la Organización y Desarrollo de Campañas Electorales	Política Comunicativa en la Organización y Desarrollo de Campañas Electorales	Comunicación Institucional y Política en Redes Sociales	Comunicación Institucional y Política en Redes Sociales
Semana 19	Lunes 1 de marzo	Martes 2 de marzo	Miércoles 3 de marzo	Jueves 4 de marzo	Viernes 5 de marzo
16:00-18:30 horas		Política Comunicativa en la Organización y Desarrollo de Campañas Electorales	Política Comunicativa en la Organización y Desarrollo de Campañas Electorales	Libertad de Expresión y Partidos Políticos	Libertad de Expresión y Partidos Políticos
18:30-21:00 horas		Ética y Responsabilidad Social en la Comunicación Institucional y Política	Ética y Responsabilidad Social en la Comunicación Institucional y Política	Comunicación Institucional y Política en Redes Sociales	Comunicación Institucional y Política en Redes Sociales
Semana 20	Lunes 8 de marzo	Martes 9 de marzo	Miércoles 10 de marzo	Jueves 11 de marzo	Viernes 12 de marzo
16:00-18:30 horas	Política Comunicativa en la Organización y Desarrollo de Campañas Electorales	Política Comunicativa en la Organización y Desarrollo de Campañas Electorales	Política Comunicativa en la Organización y Desarrollo de Campañas Electorales	Libertad de Expresión y Partidos Políticos	Libertad de Expresión y Partidos Políticos



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

18:30-21:00 horas	Ética y Responsabilidad Social en la Comunicación Institucional y Política	Ética y Responsabilidad Social en la Comunicación Institucional y Política	Ética y Responsabilidad Social en la Comunicación Institucional y Política	Comunicación Institucional y Política en Redes Sociales	Comunicación Institucional y Política en Redes Sociales
Semana 21	Lunes 15 de marzo	Martes 16 de marzo	Miércoles 17 de marzo	Jueves 18 de marzo	Viernes 19 de marzo
16:00-18:30 horas	Interpretación y Gestión de la Opinión Pública	Interpretación y Gestión de la Opinión Pública	Libertad de Expresión y Partidos Políticos	Libertad de Expresión y Partidos Políticos	Libertad de Expresión y Partidos Políticos
18:30-21:00 horas	Política Comunicativa en la Organización y Desarrollo de Campañas Electorales	Política Comunicativa en la Organización y Desarrollo de Campañas Electorales	Política Comunicativa en la Organización y Desarrollo de Campañas Electorales	Comunicación Institucional y Política en Redes Sociales	Comunicación Institucional y Política en Redes Sociales
Semana 22	Lunes 29 de marzo	Martes 30 de marzo	Miércoles 31 de marzo	Jueves 1 de abril	Viernes 2 de abril
16:00-18:30 horas	Interpretación y Gestión de la Opinión Pública	Interpretación y Gestión de la Opinión Pública	Libertad de Expresión y Partidos Políticos	Libertad de Expresión y Partidos Políticos	Libertad de Expresión y Partidos Políticos
18:30-21:00 horas	Política Comunicativa en la Organización y Desarrollo de Campañas Electorales	Política Comunicativa en la Organización y Desarrollo de Campañas Electorales	Política Comunicativa en la Organización y Desarrollo de Campañas Electorales	Protocolo y Usos Sociales	Protocolo y Usos Sociales
Semana 23	Lunes 5 de abril	Martes 6 de abril	Miércoles 7 de abril	Jueves 8 de abril	Viernes 9 de abril



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

16:00-18:30 horas	Interpretación y Gestión de la Opinión Pública	Interpretación y Gestión de la Opinión Pública	Interpretación y Gestión de la Opinión Pública	Historia de la Comunicación Institucional y Política	Historia de la Comunicación Institucional y Política
18:30-21:00 horas	Política Comunicativa en la Organización y Desarrollo de Campañas Electorales	Política Comunicativa en la Organización y Desarrollo de Campañas Electorales	Publicidad Política	Protocolo y Usos Sociales	Protocolo y Usos Sociales
Semana 24	Lunes 19 de abril	Martes 20 de abril	Miércoles 21 de abril	Jueves 22 de abril	Viernes 23 de abril
16:00-18:30 horas	Interpretación y Gestión de la Opinión Pública	Interpretación y Gestión de la Opinión Pública	Interpretación y Gestión de la Opinión Pública	Historia de la Comunicación Institucional y Política	Historia de la Comunicación Institucional y Política
18:30-21:00 horas	Política Comunicativa en la Organización y Desarrollo de Campañas Electorales	Política Comunicativa en la Organización y Desarrollo de Campañas Electorales	Publicidad Política	Publicidad Política	Protocolo y Usos Sociales
Semana 25	Lunes 26 de abril	Martes 27 de abril	Miércoles 28 de abril	Jueves 29 de abril	Viernes 30 de abril
16:00-18:30 horas	Interpretación y Gestión de la Opinión Pública	Interpretación y Gestión de la Opinión Pública	Historia de la Comunicación Institucional y Política	Historia de la Comunicación Institucional y Política	Historia de la Comunicación Institucional y Política
18:30-21:00 horas	Publicidad Política	Publicidad Política	Publicidad Política	Protocolo y Usos Sociales	Protocolo y Usos Sociales
Semana 26	Lunes 3 de mayo	Martes 4 de mayo	Miércoles 5 de mayo	Jueves 6 de mayo	Viernes 7 de mayo



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

16:00-18:30 horas	Publicidad Política	Publicidad Política	Publicidad Política	Historia de la Comunicación Institucional y Política	Historia de la Comunicación Institucional y Política
18:30-21:00 horas	Historia de la Comunicación Institucional y Política	Publicidad Política	Protocolos y Usos Sociales	Protocolos y Usos Sociales	Protocolos y Usos Sociales
Semana 27	Lunes 10 de mayo	Martes 11 de mayo	Miércoles 12 de mayo	Jueves 13 de mayo	Viernes 14 de mayo
16:00-18:30 horas	Publicidad Política	Historia de la Comunicación Institucional y Política	Historia de la Comunicación Institucional y Política		
18:30-21:00 horas	Publicidad Política	Protocolos y Usos Sociales	Protocolos y Usos Sociales		