

1. DATOS BÁSICOS

| | |
|----------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|
| Asignatura | Sociedad y ciudadanía en el contexto de la Comunicación y el Marketing Político |
| Titulación | Máster Universitario en Comunicación y Marketing Político Online |
| Escuela/ Facultad | Facultad de Ciencias Económicas, Empresariales y de la Comunicación |
| Curso | Primero |
| ECTS | 6 ECT |
| Carácter | Obligatorio |
| Idioma/s | Castellano |
| Modalidad | Online |
| Semestre | Semestre 1 |
| Curso académico | 2024-2025 |
| Docente coordinador | Javier Díez Romero |
| Docente | Rebeca Cordero / Inmaculada Melero |

2. PRESENTACIÓN

El módulo ‘Sociedad y ciudadanía en el contexto de la Comunicación y el Marketing Político’ analiza por qué en el siglo XXI continúa vigente el debate entre sistemas democráticos y autoritarios. Mientras los partidos políticos tradicionales buscan adaptarse a las nuevas realidades ideológicas y sociales, surgen partidos de reciente creación que desafían el orden establecido desde planteamientos antipolíticos, a lo que se suma el orden internacional marcado por la globalización y la competencia entre grandes potencias. El propósito es obtener una visión integral de estos elementos para contribuir al debate sobre el futuro de la democracia, la libertad y el equilibrio de poder en el escenario político actual.

3. RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Conocimientos:

CON02.

Clasificar estrategias de marketing político en distintos contextos históricos, sociales y culturales.

Identificar los partidos políticos en distintos países europeos y americanos, y evaluar sus estrategias de marketing.

CON03.

Identificar audiencias, públicos y targets específicos, y su relación con la opinión pública, los electorados y el entorno político.

Clasificar los partidos políticos en distintos entornos locales y nacionales, y establecer relaciones con sus electorados.

Habilidades:

HAB01.

Analizar los planes estratégicos de comunicación y marketing institucional y de Gobierno más adecuados en el proceso político.

Analizar estrategias de marketing en distintos sistemas políticos del S.XX

Investigar las estrategias de marketing institucional en diferentes gobiernos locales, nacionales y transnacionales.

HAB04.

Evaluar el alcance y desarrollo de movimientos sociales políticos y ciudadanos en entornos cambiantes.

Evaluar audiencias y públicos, y el comportamiento de la opinión pública en sistemas democráticos y en sistemas autocráticos.

Analizar casos movimientos ciudadanos relevantes en distintos contextos históricos y sociales.

Competencias:

CP01. Evaluar las alianzas estratégicas, los actores económicos y sociales diversificados y las coaliciones políticas transnacionales en el marco europeo y global.

CP04. Realizar una propuesta de coordinación y planificación de la actividad de un departamento o consultoría de comunicación y marketing político, adaptado a la evolución de las herramientas de comunicación.

CP06. Proponer soluciones innovadoras a problemas detectados en el contexto del marketing y la comunicación política.

CP08. Diseñar y evaluar redes, y herramientas de comunicación digital efectiva, a través de nuevos conceptos de comunicación y marketing institucional.

CP10. Elaborar distintos planes de marketing político adaptados a los ámbitos locales, generales y europeos.

CP13. Diseñar y evaluar un plan de marketing digital político a partir de técnicas, métodos y prácticas de *inbound* marketing.

4. CONTENIDOS

La materia está organizada en seis unidades de aprendizaje:

- Unidad 1: Sistemas democráticos versus sistemas autoritarios.
- Unidad 2: Ideología y política en el siglo XXI.
- Unidad 3: Partidos políticos tradicionales.
- Unidad 4: Partidos políticos de reciente creación.
- Unidad 5: Orden internacional: globalización.
- Unidad 6: La competencia entre grandes potencias.

5. METODOLOGÍAS DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

A continuación, se indican los tipos de metodologías de enseñanza-aprendizaje que se aplicarán:

- Clase magistral.
- Método del caso.
- Aprendizaje cooperativo.
- Aprendizaje basado en problemas.
- Aprendizaje basado en proyectos.

6. ACTIVIDADES FORMATIVAS

A continuación, se identifican los tipos de actividades formativas que se realizarán y la dedicación en horas del estudiante a cada una de ellas:

Modalidad virtual:

| Actividad formativa | Número de horas |
|-------------------------------------------------------------------------|-----------------|
| Clases magistrales | 10 |
| Clases virtuales síncronas | 20 |
| Análisis de casos | 10 |
| Resolución de problemas | 8 |
| Exposiciones orales de trabajos síncronas | 8 |
| Elaboración de informes y escritos | 16 |
| Diseño de estrategias y planes de intervención | 18 |
| Estudio de contenidos y documentación complementaria (trabajo autónomo) | 50 |
| Foro virtual | 8 |
| Pruebas de evaluación virtuales | 2T |
| TOTAL | 150 |

7. EVALUACIÓN

A continuación, se relacionan los sistemas de evaluación, así como su peso sobre la calificación total de la asignatura:

Modalidad virtual:

| Sistema de evaluación | Peso |
|---------------------------------|------|
| Pruebas de evaluación virtuales | 60% |
| Exposiciones orales | 10% |
| Informes y escritos | 10% |
| Caso/problema | 10% |

En el Campus Virtual, cuando accedas a la asignatura, podrás consultar en detalle las actividades de evaluación que debes realizar, así como las fechas de entrega y los procedimientos de evaluación de cada una de ellas.

7.1 Convocatoria ordinaria

Para superar la asignatura en convocatoria ordinaria deberás obtener una calificación mayor o igual que 5,0 sobre 10,0 en la calificación final (media ponderada) de la asignatura.

En todo caso, será necesario que obtengas una calificación mayor o igual que 4,0 en la prueba final de conocimientos, para que la misma pueda hacer media con el resto de actividades.

7.2 Convocatoria extraordinaria

Para superar la asignatura en convocatoria extraordinaria deberás obtener una calificación mayor o igual que 5,0 sobre 10,0 en la calificación final (media ponderada) de la asignatura.

En todo caso, será necesario que obtengas una calificación mayor o igual que 4,0 en la prueba final de conocimientos, para que la misma pueda hacer media con el resto de actividades.

Se deben entregar las actividades no superadas en convocatoria ordinaria, tras haber recibido las correcciones correspondientes a las mismas por parte del docente, o bien aquellas que no fueron entregadas.

8. CRONOGRAMA

En este apartado se indica el cronograma con fechas de entrega de actividades evaluables de la asignatura:

| Actividades evaluables | Fecha |
|-------------------------------------|-----------|
| Actividad 1 | Semana 2 |
| Actividad 2 | Semana 3 |
| Actividad 3 | Semana 4 |
| Actividad 4 | Semana 7 |
| Actividad 5. Prueba de conocimiento | Semana 20 |

Este cronograma podrá sufrir modificaciones por razones logísticas de las actividades. Cualquier modificación será notificada al estudiante en tiempo y forma.

9. BIBLIOGRAFÍA

A continuación, se indica la bibliografía recomendada:

- Bauman, Z. (2011). *Daños colaterales. Desigualdades sociales en la era global*. Fondo de Cultura Económica.
- Corellano Aznar, D. (2019). Fin del bipartidismo, polarización e inestabilidad: un análisis de la “nueva política” en España. UNED.
- De la Garza Montemayor, D. y de León, C. G. D. (2024). Inteligencia artificial y big data: nuevos paradigmas de la Comunicación Política y la Gobernanza Digital. *Más poder local*, (56), 9-26
- Gratius, S. (2008). Las potencias emergentes: ¿estabilizadoras o desestabilizadoras? FRIDE 9
- Herrero, J. C. (2020). *Manual de marketing político. Cómo afrontar una campaña electoral*. Editorial Almuzara
- Katz, R. & Mair, P. (2022). *Democracia y cartelización de los partidos políticos*. Catarata.
- Kramer, P. (2022). La dinámica de la democracia iliberal: un estudio de caso. *Analecta Política*, 12(22), 1–14. <https://doi.org/10.18566/apolit.v12n22.a04>
- Mair, P. (2105). *Gobernando el vacío: La banalización de la democracia occidental*. Alianza.
- Marreno, I. (2020). *Soldados del Terrorismo Global. Los nuevos combatientes extranjeros*. Tecnos.
- Martínez, M. & Uribe, A. (2018). *Teorías del Estado y de las formas Políticas: sistemas políticos comparados*. Tecnos.
- Mocca, E. (2016). La política de la antipolítica. Maíz.
- Uniarte, E. (2010). *Introducción a la Ciencia política: la Política en las sociedades* (3ª ed.). Tecnos.
- Vallespín, F. & Bascuñán, M. (2017). *Populismos*. Alianza.

10. UNIDAD DE ORIENTACIÓN EDUCATIVA, DIVERSIDAD E INCLUSIÓN

Desde la Unidad de Orientación Educativa, Diversidad e Inclusión (ODI) ofrecemos acompañamiento a nuestros estudiantes a lo largo de su vida universitaria para ayudarles a alcanzar sus logros académicos. Otros de los pilares de nuestra actuación son la inclusión del estudiante con necesidades específicas de apoyo educativo, la accesibilidad universal en los distintos campus de la universidad y la equiparación de oportunidades.

Desde esta Unidad se ofrece a los estudiantes:

1. Acompañamiento y seguimiento mediante la realización de asesorías y planes personalizados a estudiantes que necesitan mejorar su rendimiento académico.
2. En materia de atención a la diversidad, se realizan ajustes curriculares no significativos, es decir, a nivel de metodología y evaluación, en aquellos alumnos con necesidades específicas de apoyo educativo persiguiendo con ello una equidad de oportunidades para todos los estudiantes.
3. Ofrecemos a los estudiantes diferentes recursos formativos extracurriculares para desarrollar diversas competencias que les enriquecerán en su desarrollo personal y profesional.
4. Orientación vocacional mediante la dotación de herramientas y asesorías a estudiantes con dudas vocacionales o que creen que se han equivocado en la elección de la titulación

Los estudiantes que necesiten apoyo educativo pueden escribirnos a:

orientacioneducativa@universidadeuropea.es

11. ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN

¡Tu opinión importa!

La Universidad Europea te anima a participar en las encuestas de satisfacción para detectar puntos fuertes y áreas de mejora sobre el profesorado, la titulación y el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Las encuestas estarán disponibles en el espacio de encuestas de tu campus virtual o a través de tu correo electrónico.

Tu valoración es necesaria para mejorar la calidad de la titulación.

Muchas gracias por tu participación.