

1. DATOS BÁSICOS

Asignatura	Opinión Pública: audiencias, públicos y comunidades
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	Fernando Páramo / María Martín / Beatriz Losada

2. PRESENTACIÓN

El módulo ‘Opinión Pública: audiencias, públicos y comunidades’ aborda el concepto de “opinión pública”, que juega un papel crucial en la configuración de nuestra realidad cotidiana. En el actual entorno dinámico y globalizado surgen actores y ciberactores comunicativos, que aportan nuevas perspectivas a los sistemas democráticos y que se convierten en elementos clave para configurar la opinión pública y orientar las agendas políticas y mediáticas. Esta materia también profundiza en herramientas de análisis que permiten sondear la opinión pública y desarrollar estrategias de comunicación y marketing, como es el caso de las encuestas y la demoscopia.

3. RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Conocimientos:

CON03.

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

Identificar públicos, colectivos y comunidades identitarias en el espacio público digital y su relación con propuestas o campañas políticas.

CON04.

Describir los sistemas informativos y los principales medios de comunicación del ámbito nacional y distintos entornos globales.

Diferenciar las estructuras de medios de comunicación en España y en países de los entornos europeo y americano.

CON05.

Clasificar sistemas políticos tradicionales y modelos emergentes o de nueva creación, reconociendo las diferencias entre sistemas democráticos, autocráticos o de naturaleza híbrida.

Identificar los niveles de implantación democrática en países y regionales y las estructurales constitucionales y políticas de sistemas específicos.

Habilidades:

HAB05.

Elaborar un correcto y adecuado discurso políticos, combinando elementos racionales y emocionales, adaptado tanto a los ciudadanos como a los medios de comunicación convencionales y a las nuevas narrativas.

Escribir y pronunciar discursos de naturaleza política aprovechando medios y técnicas digitales para su proyección.

HAB07.

Evaluar campañas electorales nacionales e internacionales de países relevantes o en ámbitos geopolíticos de repercusión global, extrayendo las estrategias, técnicas y aspectos organizativos más relevantes.

Seleccionar campañas electorales relevantes y establecer fórmulas para el seguimiento de temas y candidatos.

Competencias:

CP02.

Realizar propuestas innovadoras, utilizando las técnicas y herramientas más avanzadas de comunicación y visualización de datos, para reforzar la imagen y la reputación de instituciones, partidos y candidatos políticos.

CP06.

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

CP07.

Diseñar y elaborar sondeos de opinión en procesos de simulación de campañas o en proyectos electorales reales.

4. CONTENIDOS

La materia está organizada en seis unidades de aprendizaje:

- Unidad 1: El concepto de la Opinión Pública y Espacio Público.
- Unidad 2: Agenda política: agenda mediática y agenda social.
- Unidad 3: Nuevos actores: ciberactivistas y grupos de presión.
- Unidad 4: Demoscopia, comportamiento del elector y aplicación al marketing electoral.
- Unidad 5: Técnicas de microtargeting en encuestas políticas y electorales.
- Unidad 6: Engagement de audiencias: el politainment y el inbound marketing político.

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 taller / laboratorio.
- Entornos de simulación.

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	6
Clases virtuales síncronas	24
Análisis de casos	16
Resolución de problemas	10
Investigaciones y proyectos (modalidad virtual)	20
Exposiciones orales de trabajos síncronas	8
Actividades síncronas en talleres / laboratorios virtuales	4
Estudio de contenidos y documentación complementaria (trabajo autónomo)	50
Foro virtual	10
Pruebas de evaluación virtuales	2
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%
Caso / problema	10%
Investigaciones / proyectos	10%
Cuaderno de prácticas de laboratorio / taller	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 3
Actividad 2	Semana 5
Actividad 3	Semana 7
Actividad 4	Semana 8
Actividad 5. Prueba de conocimiento	Semana 12

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:

- Berrocal-Gonzalo, S.; Quevedo-Redondo, R.; García-Beaudoux, V. (2022). Política pop online: nuevas estrategias y liderazgos para nuevos públicos. *index.comunicación*, 12(1), 13-19.
- Bouza, F. (1998). La influencia política de los medios de comunicación: mitos y certezas del nuevo mundo. *El debate de la Comunicación*.
- Cerqueira-Sobrino, A. (2020). Alexandria Ocasio-Cortez y Twitch: El uso de nuevas plataformas para interactuar con audiencias en contextos propagandísticos. TSN. Transatlantic Studies Network: Revista de Estudios Internacionales, 5(10), 121-130.
- De Moragas, Miquel (1991). Sociología de la Comunicación de Masas. Editorial Gustavo Gili.
- Habermas, J. (1981). *Historia y crítica de la opinión pública. La transformación estructural de la vida pública*. Editorial Gustavo Gili.
- Knaflic, C. N. (2015). *Storytelling with Data: A Data Visualization Guide for Business Professionals*. Wiley.
- Lipset, S. M., & Rokkan, S. (2001). Estructuras de división, sistemas de partidos y alineamientos electorales. In A. Batlle (Ed.), *Diez textos básicos de ciencia política*. Barcelona: Ariel.
- Magallón, R., y Campos, E. (2021). *Redes sociales y polarización. Cuando el algoritmo amplifica las emociones humanas*. CESF.
- Napolitan, J. (1976). *Media costs and effects in political campaigns*. The Annals of the American Academy of Political and Social Science, 427(1), 114-124. Libert, B., & Faulk, R. (2009). *Barack, Inc.: Winning business lessons of the Obama campaign*. FT Press.
- Navarro, A. (2022). Posverdad, medios de comunicación y poder. Un problema para las humanidades. *Comunicación y Hombre*, 18, 147-162.
- Nosetto, L. (2020). Revisión teórica de la opinión pública: Delimitación, historización, analítica. *De Prácticas y Discursos: Cuadernos de Ciencias Sociales*, 9(14).
- Orriols, L. (2023). *Democracia de trincheras: Por qué votamos a quienes votamos*. Ediciones Península: Madrid.

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.