

17-18

MÁSTER UNIVERSITARIO EN
COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL DE
SERVICIO PÚBLICO

GUÍA DE ESTUDIO PÚBLICA



DISEÑO DE COMUNICACIÓN POLÍTICA

CÓDIGO 24411155



Ámbito: GUJ - La autenticidad, validez e integridad de este documento puede ser verificada mediante el "Código Seguro de Verificación (CSV)" en la dirección <https://sede.uned.es/valida/>



225C72E6C651121B513B7DCE14900F06

17-18

DISEÑO DE COMUNICACIÓN POLÍTICA
CÓDIGO 24411155

ÍNDICE

PRESENTACIÓN Y CONTEXTUALIZACIÓN
REQUISITOS Y/O RECOMENDACIONES PARA CURSAR ESTA ASIGNATURA
EQUIPO DOCENTE
HORARIO DE ATENCIÓN AL ESTUDIANTE
COMPETENCIAS QUE ADQUIERE EL ESTUDIANTE
RESULTADOS DE APRENDIZAJE
CONTENIDOS
METODOLOGÍA
SISTEMA DE EVALUACIÓN
BIBLIOGRAFÍA BÁSICA
BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA
RECURSOS DE APOYO Y WEBGRAFÍA



Nombre de la asignatura	DISEÑO DE COMUNICACIÓN POLÍTICA
Código	24411155
Curso académico	2017/2018
Títulos en que se imparte	MÁSTER UNIVERSITARIO EN COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL DE SERVICIO PÚBLICO
Tipo	CONTENIDOS
Nº ETCS	10
Horas	250.0
Periodo	SEMESTRE 2
Idiomas en que se imparte	CASTELLANO

PRESENTACIÓN Y CONTEXTUALIZACIÓN

Asignatura: **DISEÑO DE COMUNICACIÓN POLÍTICA**

Tipo: Obligatoria

Créditos ECTS: 10

Máster: Comunicación audiovisual de servicio público

REQUISITOS Y/O RECOMENDACIONES PARA CURSAR ESTA ASIGNATURA

Los estudiantes han de ser capaces de trabajar con todos los textos propuestos por el equipo docente que incluyen materiales en lengua inglesa.

EQUIPO DOCENTE

Nombre y Apellidos	IRENE DELGADO SOTILLOS
Correo Electrónico	idelgado@poli.uned.es
Teléfono	91398-7034
Facultad	FAC.CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIOLOGÍA
Departamento	CIENCIA POLÍTICA Y DE LA ADMINISTRACIÓN

Nombre y Apellidos	LOURDES LOPEZ NIETO
Correo Electrónico	llopez@poli.uned.es
Teléfono	91398-7097
Facultad	FAC.CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIOLOGÍA
Departamento	CIENCIA POLÍTICA Y DE LA ADMINISTRACIÓN

HORARIO DE ATENCIÓN AL ESTUDIANTE

La tutorización de la asignatura se realizará a través del curso virtual, el correo electrónico y las consultas telefónicas. El estudiante deberá seguir el calendario de actividades propuesto y planificar de manera objetiva su aprendizaje.



Nombre: Lourdes López Nieto
Departamento: Ciencia Política y de la Administración
Despacho: 5.06
Horario de atención: Martes y miércoles de 9:00 a 13:30 horas. Martes de 16:00 a 19:00 horas
Teléfono: 91 398 70 97
Email: llopez@poli.uned.es

Nombre: Irene Delgado Sotillos
Departamento: Ciencia Política y de la Administración
Horario de Tutoría: Martes de 10:00 a 16:00 h. Miércoles de 09:00 a 15:00 horas
Email: idelgado@poli.uned.es

COMPETENCIAS QUE ADQUIERE EL ESTUDIANTE

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Se pretende que al finalizar el curso los alumnos hayan adquirido los conocimientos conceptuales básicos, metodológicos e instrumentales que les permitan enfrentarse de forma autónoma tanto al análisis de las relaciones entre partidos políticos y ciudadanos como a la identificación de los canales e instrumentos de comunicación política empleados por los actores políticos. Por tanto el objetivo general de la asignatura es, que los alumnos sean capaces de conocer y comprender en su complejidad el proceso que subyace en la vinculación entre políticos y ciudadanos a partir de la utilización de instrumentos de comunicación, así como las características, elementos y efectos que su uso generan.

Objetivos de aprendizaje

- Conocer el comportamiento de los actores políticos. Este objetivo debe permitir al alumno identificar a los principales actores políticos que desempeñan actividades dentro del sistema político y comprender su comportamiento en el sistema y en su entorno.
- Conocer y analizar el funcionamiento de los procesos electorales. El alumno conocerá y será capaz de analizar los procesos electorales: campañas, estrategias electorales de los partidos, escenarios políticos y análisis e interpretación de los resultados electorales.
- Conocer y comprender el comportamiento de los ciudadanos y los valores democráticos. Este objetivo permite comprender las actitudes y comportamientos políticos así como el proceso de la formación y expresión de las preferencias políticas.
- Conocer y utilizar técnicas de comunicación política. El alumno se familiarizará con las herramientas básicas de comunicación política.



La superación con éxito de la asignatura permitirá que el estudiante conozca y comprenda las relaciones entre partidos políticos y ciudadanos. Será capaz de reflexionar sobre el alcance e influencia que ejercen los instrumentos de comunicación de que disponen los políticos en su relación con los ciudadanos.

CONTENIDOS

METODOLOGÍA

El estudio continuo de la asignatura es una recomendación del equipo docente. La lectura del material y el seguimiento del plan de trabajo propuesto en los tiempos recomendados por el equipo docente contribuyen a que el estudiante alcance los objetivos de la asignatura de forma satisfactoria.

Esta asignatura ha sido diseñada según la modalidad de enseñanza semipresencial. El estudiante cuenta con el material necesario para afrontar el estudio de manera autónoma a partir de los materiales básicos, en libre acceso a través de la plataforma virtual aLF. Los estudiantes tendrán que realizar las actividades propuestas para los diferentes bloques temáticos, trabajos que serán evaluados por el equipo docente.

Dado que es una asignatura de 10 créditos ECTS de carácter teórico-práctico, el estudiante va a adquirir los conocimientos teóricos propuestos y aplicarlos a la práctica, la distribución de la carga se estima de la siguiente forma:

- Lectura de textos básicos: 5,5 ECTS (140 h.)
- Realización de actividades: 2 ECTS (50 h.)
- Preparación y realización del examen: 2,5 ECTS (60 h.)

Créditos totales: 10 ECTS (250 h.)

SISTEMA DE EVALUACIÓN

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

Todo el material básico para preparar el estudio de la asignatura se encuentra alojado en el curso virtual de la asignatura. Los estudiantes pueden consultarlo y en su caso, descargarlo.

1. Contexto sociopolítico de la comunicación

Dalton, Russell J., Hans-Dieter Klingemann (2007). "Citizens and political behavior", en R. Dalton y H-D Klingemann (eds.) *The Oxford Handbook of Political Behaviour*. Oxford: Oxford University Press, págs. 3-26.



Lijphart, Arendt (2008). Modelos de democracia. Barcelona, Ariel (capítulos 1, 2 y 3).

Thomassen, Jacques (2007) "Democratic values" en R. Dalton y H-D Klingemann (eds.) *The Oxford Handbook of Political Behaviour*. Oxford: Oxford University Press, págs. 418-434.

2. Emisores y receptores de comunicación política

Puhle, H-J., J.R. Montero y R. Gunther (2007). "Conclusions: processes of intermediation, electoral politics and political support in old and new democracies", en H.-J. Puhle, J.R. Montero y R. Gunther (eds.) *Democracy, intermediation and voting in four continents*. Oxford: Oxford University Press.

Tarrow, Sidney y Charles Tilly (2007). "Contentious politics and social movements" en C. Boix y S. Stokes (eds.) *The Oxford Handbook of Comparative Politics*. Oxford: Oxford University Press, págs. 435-460.

Wolinetz, S. (2007). "Más allá del partido *catch-all*: enfoques para el estudio de los partidos en las democracias contemporáneas", en J.R. Montero, R. Gunther y J.J. Linz (eds.) *Partidos políticos. Viejos conceptos y nuevos retos*. Madrid: Trotta, págs. 127-161.

3. Comunicación política y elecciones

Brady, Henry E., Richard Johnston y John Sides (2009). "The study of political campaigns", en H.E. Brady y R. Johnson (eds.) *Capturing campaign effects*. Michigan: University of Michigan Press, págs. 1-26.

Crespo, Ismael y Cristina Moreno (2004). "El estudio de las campañas electorales", en VV.AA *Las campañas electorales y sus efectos en la decisión del voto*, Valencia: Tirant lo Blach, págs.19-44.

Martín, Lourdes (2006). Elecciones y medios de comunicación: el ser y el deber. En J. Molins y P. Oñate (eds.) *Elecciones y comportamiento electoral en la España multinivel*, Madrid: CIS, págs. 223-239.

Schmitt-Beck, Rüdiger (2007). "New modes of campaigning", en R. Dalton y H-D Klingemann (eds.) *The Oxford Handbook of Political Behaviour*. Oxford: Oxford University Press, págs. 744-764.

4. Representación, reclutamiento y liderazgo político

Cross, William y André Blais (2012). "Who selects the party leader?", *Party Politics*, 18(2): 127-150.

Katz, Richard S. (2001). "The problem of candidate selection and models of party democracy", *Party Politics* 7(3): 277-296.

McAllister, Ian (2007). "The personalization of politics", en R. Dalton y H-D Klingemann (eds.) *The Oxford Handbook of Political Behaviour*. Oxford: Oxford University Press, págs. 571-588.

Warre, A. (1996). *Partidos políticos y sistemas de partidos*, Madrid: Istmo, págs. 393-440.

5. Instituciones políticas y comunicación

Margolis, Michael (2007) "E-Government and democracy" en R. Dalton y H-D Klingemann (eds.) *The Oxford Handbook of Political Behaviour*. Oxford: Oxford University Press, págs.



765-782.

Tudela Aranda, José (2008). La función parlamentaria de información política. Documentos de trabajo. Zaragoza: Fundación Giménez Abad.

Vega, Pedro de (1997). "Parlamento y opinión pública", en Manuel Ramírez (ed.) El Parlamento a debate, Madrid: Trotta, págs. 181-187.

Vilas Nogueira, José (1997). "Influencia de los medios audiovisuales en el rol del Parlamento", en Manuel Ramírez (ed.) El Parlamento a debate, Madrid: Trotta, págs. 155-171.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

Deegan-Krause, Kevin (2007). "New dimensions of political cleavage", en R. Dalton y H-D Klingemann (eds.) *The Oxford Handbook of Political Behaviour*. Oxford: Oxford University Press.

Dalton, Russell J., David M. Farrell e Ian McAllister (2011). *Political parties & Democratic Linkage*, Oxford: Oxford University Press (capítulos 1, 2 y 3).

Franklin, Mark (1992). "The decline of cleavage politics", en M. Franklin, T.T. Mackie y H. Valen, *Electoral Change*, Cambridge: Cambridge University Press.

Gallagher, M. y Marsh, M. (1988) (eds.). Candidate selection in comparative perspective, Londres: Sage, págs. 1-19 y 236-283.

Graber. D., McQuail, D. y Norris, P. (2008). *The politics of news*. Washington DC: CQ Press.

Martínez Coma, F. (2008). *¿Por qué importan las campañas electorales?* Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.

Shea, D. M. y M. J. Burton (2006). *Campaign craft: the strategies, tactics, and art of political campaign management*. Westport, CT: Praeger Publishers.

Thurber, J. A. y C.J. Nelson (2009). *Campaigns and elections: American style*. Boulder, CO: Westview Press.



RECURSOS DE APOYO Y WEBGRAFÍA

IGUALDAD DE GÉNERO

En coherencia con el valor asumido de la igualdad de género, todas las denominaciones que en esta Guía hacen referencia a órganos de gobierno unipersonales, de representación, o miembros de la comunidad universitaria y se efectúan en género masculino, cuando no hayan sido sustituido por términos genéricos, se entenderán hechas indistintamente en género femenino o masculino, según el sexo del titular que los desempeñe.

