

## CURS ACADÈMIC: 2012-2013

LICENCIATURA: PUBLICITAT

CURS: 4º

<b>Còdic:</b>	20706_54
<b>Assignatura:</b>	Comunicació Política
<b>Tipus d'assignatura:</b>	Optativa
<b>Nº de crèdits:</b>	5
<b>Professorat:</b>	Miguel Pérez Quintanilla
<b>Semestre:</b>	Primer semestre

### **OBJECTIUS DE L'ASIGNATURA:**

L'objectiu d'aquesta assignatura és aconseguir que els alumnes, ja en l'últim any de Publicitat i a punt d'iniciar la seva carrera professional, coneguin la teoria i pràctica de la Comunicació Política en les seves diferents formes.

### **TEMARI:**

#### **Mòduls i temes:**

#### **BLOC 1 - Introducció**

Tema 1. Comunicació Política, conceptes bàsics.

Tema 2. El polític seductor.

Tema 3. La Comunicació Institucional, l'Estat, comunitat autònoma i el municipi.

#### **BLOC 2 –**

Tema 1. Comunicació pública en l'àmbit local.

Tema 2. L'espai informatiu local.

Tema 3. Els mitjans públics.

#### **BLOC 3 –**

Tema 1. Els partits polítics. L'empresa com a exemple.

Tema 2. La comunicació efectiva, un compromís actiu.

Tema 3. Investigar per prendre decisions.

Tema 4. El Pla de Comunicació.

## **BIBLIOGRAFIA**

### **BASICA:**

- Álvarez, Tomás; Caballero, Mercedes. “Vendedores de imagen”; Buenos Aires: Peidós, 1998
- Aceo Vacas, J. L. “Campañas electorales y publicidad política en España (1976-1991)”. Barcelona: Promociones y Publicaciones Universitarias, 1993
- Aceo Vacas, J. L. “Como ganar una selecciones. Tratamiento teórico y práctico de la imagen de los políticos”. Madrid: Fomento de Bibliotecas, 1982
- Barranco, J. “técnicas de marketing político y social”. Madrid: Piràmide, 1982
- Harvatopoulos, Y. “El arte de la encuesta. Principios básicos para no especialistas”. Bilbao: Deusto 1992
- Linz, J.J.; Montero, J.R. (eds): “Crisis y cambio: electores y partidos en la España de los años ochenta”. Madrid. CEC, 1986.
- López Guerra, L.: Las campañas electorales en Occidente (Propaganda política en la sociedad de masas), Ariel, 1977.
- Panebianco, A.: “Comunicación política” in Bobbio-Mateucci: Diccionario de política. Madrid, Siglo XXI, 1982.

### **COMPLEMENTARIA:**

- Rupert L. Swan: “El método Obama”. Barcelona. Random House Mondadori, 2009.
- Quinto Tulio Cicerón: “Breviario de campaña electoral”. Barcelona, Acantilado. 2003.
- Cardenal Mazarino: “Breviario de los políticos”. Barcelona, Acantilado. 2007.

## **METODOLOGIA DOCENT:**

Classes de tres hores divideixis en teoria i pràctica.

### **TEORIA:**

S'explicarà la teoria bàsica necessària per entendre i poder desenvolupar els treballs pràctics previstos. Els processos històrics de la Comunicació política, el seu abast i significat, així com les diferents claus per poder desenvolupar degudament un seguiment proper del seu procés a través del dia a dia.

### **PRACTIQUES:**

Els alumnes/as formaran grups de treball en nombre de 3 per grup. Cada grup es constituirà en equip de premsa o gabinet de comunicació-hipotètic- d'un ajuntament de més de 50.000 habitants que ells mateixos hauran triat lliurement. Es posaran en contacte amb els responsables de comunicació dels diferents municipis triats.

El treball consistirà a fer un estudi –espècie d'auditoria de comunicació de l'ajuntament i els seus recursos mediàtics- i, basant-se en les previsions i desenvolupament del Pla de Comunicació del gabinet de comunicació de l'ajuntament triat, es procedirà a realitzar un treball de millora com a proposta del treball.

Per dur a terme aquest treball haurem de conèixer per dins l'estructura administratiu/política de l'ajuntament en cada cas, i les seves previsions, campanyes més emblemàtiques, eslògans, promocions, gestió de mitjans, discurs públic/discurs polític, i proposada de solucions als problemes detectats a l'ajuntament en qüestió. Per a això farem una immersió en el PAM (Pla d'Acció Municipal o similar), s'analitzarà i farem les nostres propostes enfortint i millorant els actuacions que considerem més febles.

En un segon treball i de forma breu (amb una presentació ppt d'unes 10 diapositives) farem una incursió al món de les campanyes electorals, desenvolupant, en síntesis, la campanya del partit majoritari al govern local. Per a això treballarem com a equip de campanya i ens encarregarem de la previsió d'actes, agenda electoral del candidat, eslògan electoral, material de campanyes, mitjans, actes, etc. Tot millorant la campanya electoral anterior segons el material que us facilitin des del partit corresponent.

## **SISTEMA DE AVALUACIÓN:**

Proves d'aprenentatge teòric:	20% del total de la nota final
Pràctiques, exercicis i assistència:	20% del total de la nota final
Treballs de l'assignatura:	
Ajuntament	35% del total de la nota final
Campanya	25% del total de la nota final

## **ALTRES QÜESTIONS**

Examen final: A concretar durant el curs (últim dia lectiu)  
Pràctiques individuals: A concretar durant el curs  
Lliura del treball de curs: **23 de gener**

Setembre de 2012