

**CURSO ACADÉMICO: 2012-2013**

**LICENCIATURA:** PUBLICIDAD

**CURSO:** 4º

|                            |                          |
|----------------------------|--------------------------|
| <b>Código:</b>             | 20706_54                 |
| <b>Asignatura:</b>         | Comunicación Política    |
| <b>Tipo de asignatura:</b> | Optativa                 |
| <b>Nº de créditos:</b>     | 5                        |
| <b>Profesorado:</b>        | Miguel Pérez Quintanilla |
| <b>Semestre:</b>           | Primer semestre          |

**OBJETIVOS DE LA ASIGNATURA:**

El objetivo de esta asignatura es conseguir que los alumnos, ya en el último año de Publicidad y a punto de iniciar su carrera profesional, conozcan la teoría y práctica de la Comunicación Política en sus diferentes formas.

**TEMARIO:**

**Módulos y temas:**

**BLOQUE 1 - Introducción**

- Tema 1. Comunicación Política, conceptos básicos.
- Tema 2. El político seductor.
- Tema 3. La Comunicación Institucional, el Estado, comunidad autónoma y el municipio.

**BLOQUE 2 –**

- Tema 1. Comunicación pública en el ámbito local.
- Tema 2. El espacio informativo local.
- Tema 3. Los medios públicos.

**BLOQUE 3 –**

- Tema 1. Los partidos políticos. La empresa como ejemplo.
- Tema 2. La comunicación efectiva, un compromiso activo.

Tema 3. Investigar para tomar decisiones.

Tema 4. El Plan de Comunicación

## **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 DOCENTE:**

Clases de tres horas divididas en teoría y práctica.

### **TEORIA:**

Se explicará la teoría básica necesaria para entender y poder desarrollar los trabajos prácticos previstos. Los procesos históricos de la Comunicación política, su alcance y significado, así como las diferentes claves para poder desarrollar debidamente un seguimiento próximo de su proceso a través del día a día.

### **PRACTICAS:**

Los alumnos/as formaran grupos de trabajo en número de 3 por grupo.

Cada grupo se constituirá en equipo de prensa o gabinete de comunicación-hipotético- de un ayuntamiento de más de 50.000 habitantes que ellos mismos habrán elegido libremente. Se pondrán en contacto con los responsables de comunicación de los diferentes municipios elegidos.

El trabajo consistirá en hacer un estudio –especie de auditoría de comunicación de el ayuntamiento y sus recursos mediáticos- y, basándose en las previsiones y desarrollo del Plan de Comunicación del gabinete de comunicación del ayuntamiento elegido, se procederá a realizar un trabajo de mejora como propuesta del trabajo.

Para llevar a cabo este trabajo tendremos que conocer por dentro la estructura administrativo/política del ayuntamiento en cada caso, y sus previsiones, campañas más emblemáticas, eslóganes, promociones, gestión de medios, discurso público/discurso político, i propuesta de soluciones a los problemas detectados en el ayuntamiento en cuestión. Para lo cual haremos una inmersión en el PAM (Plan de Acción Municipal o similar), se analizará i haremos nuestras propuestas fortaleciendo y mejorando les actuaciones que consideremos más débiles.

En un segundo trabajo y de forma breve (con una presentación ppt de unas 10 diapositivas) haremos una incursión en el mundo de las campañas electorales, desarrollando, en síntesis, la campaña del partido mayoritario en el gobierno local. Para ello trabajaremos como equipo de campaña y nos encargaremos de

la previsión de actos, agenda electoral del candidato, eslogan electoral, material de campañas, medios, actos, etc. Todo mejorando la campaña electoral anterior según el material que os faciliten desde el partido correspondiente.

### **SISTEMA DE AVALUACIÓN:**

|                                     |                                |
|-------------------------------------|--------------------------------|
| Pruebas de aprendizaje teórico:     | 20% del total de la nota final |
| Prácticas, ejercicios y asistencia: | 20% del total de la nota final |
| Trabajos de la asignatura:          |                                |
| Ayuntamiento                        | 35% del total de la nota final |
| Campaña                             | 25% del total de la nota final |

### **OTRAS CUESTIONES**

Examen final: A concretar durante el curso (último día lectivo)  
Prácticas individuales: A concretar durante el curso  
Entrega del trabajo de curso: **23 de enero**

Septiembre de 2012