Diseño y Planificación de campañas electorales I: sociología política, estrategia electoral y problemática Jurídica

Máster Universitario en Comunicación política y Gestión de crisis y Emergencias 2024-25

UNIVERSIDAD NEBRIJA

GUÍA DOCENTE

Asignatura: Diseño y Planificación de campañas electorales I: sociología política, estrategia electoral y problemática Jurídica.

Titulación: Máster Universitario en Comunicación política y Gestión de crisis y Emergencias

Curso Académico: 2024-25

Carácter: Obligatoria

Idioma: Español

Modalidad: Presencial / A distancia

Créditos: 3

Curso: 1º

Semestre: 2º

Profesores/Equipo Docente: Dr. D. Francisco Camas García / D. Álvaro Lario Ruiz

1. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1.1. Competencias

- Crear una campaña electoral de acuerdo a los factores internos y externos.
- Aplicar los procesos de creación de un plan estratégico de campaña electoral, incorporando técnicas de comunicación innovadoras.
- Desarrollar eventos políticos y actos electorales para reforzar la imagen del candidato y el propio partido, así como elevar la intención de voto.
- Aplicar los conocimientos adquiridos en el contexto general de las organizaciones, tanto del ámbito público como privado y, de manera especial, en la comunicación política y gestión de crisis y emergencias.
- Demostrar la autonomía necesaria para adaptarse a un entorno cambiante y con múltiples desafíos, propios del campo de la comunicación política.
- Controlar las técnicas y dinámicas que se aplican en la comunicación política y en la gestión de crisis y emergencias.
- Resolver problemas y tomar decisiones eficaces ante problemas planteados y situaciones de alto nivel competitivo en el entorno de la comunicación política.
- Utilizar el trabajo en equipo de forma eficaz en el contexto de la comunicación política y gestión de crisis y emergencias.
- Controlar las herramientas digitales necesarias para las estrategias en procesos electorales, situaciones de crisis y emergencias de empresas privadas, instituciones públicas y organizaciones no gubernamentales.
- Manejar las habilidades de comunicación oral y escrita para desarrollar de forma eficaz presentaciones de proyectos de comunicación política y gestión de crisis y emergencias.

1.2. Resultados de aprendizaje

Planificar una campaña electoral teniendo en cuenta el objetivo, la audiencia, el contexto social y el marco regulador.

2. CONTENIDOS

2.1. Requisitos previos

Ninguno

2.2. Descripción de los contenidos

Análisis del objetivo y de la audiencia, contexto y situaciones anexas a la campaña que hagan frente al paradigma comunicacional electoral. Estudio de la evolución de las campañas electorales, la problemática jurídica, los procesos legislativos para el desarrollo de políticas públicas y su adaptación al contexto actual

2.3. Contenido detallado

Tabla donde se detalla el contenido de la materia, las actividades dirigidas, prácticas, proyectos, memoria u otras prácticas a desarrollar tanto en las sesiones con profesor como aquellas a realizar por el alumno en su tiempo de trabajo fuera de horario docente.

1.- Introducción.
Presentación y metodología del programa.

2.- Análisis del electorado
Paradigmas electorales
Evolución y desarrollo
Demoscopia - microtargeting

3.-Normativa de campañas electorales
Reglamento de campañas electorales.
Organismos electorales

4.- Proyectos de campaña
Desarrollo de Proyectos en campaña electoral
Políticas públicas en el contexto electoral

2.4.Actividades Dirigidas

Modalidad presencial

Actividad Dirigida 1 (AD1)
La primera actividad dirigida consistirá en una presentación en clase del análisis y definición del *target* de un partido político para una campaña electoral. Se deberán consultar encuestas y tratar debidamente los microdatos.
Esta Actividad dirigida tiene un pedo del 20% en la nota final del Curso.

Actividad Dirigida 2 (AD2)
La segunda actividad dirigida consistirá en la elaboración de un documento esquemático con un proyecto de investigación cualitativa mediante la técnica de grupos focales para presentar ante un cliente. El grupo objeto de estudio estará vinculado al target definido en la AD1, la investigación cualitativa nos ayudará a entender las actitudes, los intereses y algunas de las principales motivaciones de los participantes en el estudio.
Esta Actividad dirigida tiene un peso del 20% en la nota final del Curso.

Trabajo Final
Para la prueba de fin de asignatura, los estudiantes deberán definir, con los datos de la AD1, la agenda política y los marcos de interpretación de la misma, en función del contexto político, medios -tradicionales o red- y los formatos en que se articule. El Trabajo Final tiene un peso de un 50% en la nota final del Curso.

Asistencia y participación (10%)
Los estudiantes de la modalidad presencial tienen que asistir a un 75% de las sesiones para poder optar al punto de asistencia y participación, que se redondeará en función de la proactividad del alumno en el aula.

Modalidad Online

Actividad Dirigida 1 (AD1): Ejercicios y cuestiones prácticas sobre temas que se hayan visto en las clases. Podrá consistir en un debate iniciado en el Campus Virtual y que posteriormente deba desarrollarse y entregarse. Tiene un valor del 20% de la nota.

Actividad Dirigida 2 (AD2): La segunda actividad dirigida consistirá en el análisis y definición del target de un partido político para una campaña electoral. Se deberán consultar encuestas y tratar debidamente los datos. Tiene un valor del 20% de la nota.

Trabajo Final: Para el trabajo de fin de asignatura, los estudiantes deberán definir, con los datos de la AD2, la agenda política y los marcos de interpretación de la misma, en función del contexto político, medios -tradicionales o red- y los formatos en que se articule. Tiene un valor del 50% de la nota.

Asistencia y participación (10%). Los alumnos de la modalidad online demostrarán su participación en el aula a través de la conversación directa en clase, pudiendo hacerlo también en los foros de debate que se crearán en el campus virtual.

2.5 Actividades formativas

Modalidad Presencial

Código	Actividad formativa	Horas	Porcentaje de presencialidad
AF1	Clases de teoría y práctica	180	100%
AF2	Trabajo personal del alumno	300	0%
AF3	Tutorías	60	50%
AF4	Evaluación	60	100%
		600	

Modalidad A distancia

Código	Actividad formativa	Horas	Porcentaje de presencialidad síncrona
AF1	Clases de teoría y práctica	120	0%
AF2	Trabajo personal del alumno	300	0%
AF3	Tutorías	60	0%
AF4	Evaluación	120	13%
AF5		600	

2.6 Metodología docente

Código	METODOLOGÍA DOCENTE	DESCRIPCIÓN
MD1	Método expositivo	Exposición por parte del profesor de los contenidos de cada tema por medio de explicaciones y presentaciones en las que se promueve la participación del estudiante.
MD2	Aprendizaje autodirigido	El alumno deberá realizar trabajos o proyectos (individuales o en grupo) que le ayuden a adquirir las competencias y los conocimientos teórico-prácticos de la asignatura.
MD3	Estudio de casos	Análisis de casos que generen un diálogo sistemático y ordenado sobre situaciones y circunstancias reales con fines de aprendizaje. El alumno aprende por descubrimiento, no sólo por recepción, ejercitando su pensamiento creativo y crítico. Requiere el asesoramiento y seguimiento por parte del profesor.
MD4	Aprendizaje basado en proyectos	Aprendizaje basado en la simulación de situaciones profesionales. Bajo un objetivo y con unos recursos, el alumno debe resolver una situación que se asemeje a una situación real de la vida profesional. El alumno aprende por descubrimiento, no sólo por percepción, desarrollando sus habilidades sociales, el trabajo en equipo, el liderazgo, la disciplina y la solidaridad. Requiere el asesoramiento y seguimiento por parte del profesor.
MD5	Taller	Aprendizaje basado en una metodología eminentemente práctica aplicada a la realización de trabajos pre-profesionales bajo la orientación del profesor. El estudiante aprende por descubrimiento y por el seguimiento y feed-back del profesor sobre sus errores o aciertos, ejercitando el pensamiento creativo del alumno, su capacidad de autocrítica y autoexigencia.

MD6	Documentación e investigación	Elaboración de informes en los que el alumno debe recurrir a documentación específica, recursos bibliográficos, recopilación de datos, análisis de estudios e informes, etc., para la redacción de documentos y explicación de conclusiones.
MD7	Aprendizaje instrumental	Aprendizaje a través del uso de herramientas específicas para el ejercicio profesional.

Modalidad presencial: MD1; MD2; MD3; MD4
Modalidad a distancia: MD1; MD2; MD3; MD4

3. SISTEMA DE EVALUACIÓN

3.1. Sistema de calificaciones

El sistema de calificaciones finales se expresará numéricamente, de acuerdo a lo dispuesto en el art. 5 del Real Decreto 1125/2003, de 5 de septiembre (BOE 18de septiembre), por el que se establece el Sistema Europeo de Créditos y el sistema de Calificaciones en las titulaciones universitarias de carácter oficial y su validez en todo el territorio nacional.

- 0 - 4,9 Suspenso (SS)
- 5,0 - 6,9 Aprobado (AP)
- 7,0 - 8,9 Notable (NT)
- 9,0 - 10 Sobresaliente (SB)

La mención de "matrícula de honor" podrá ser otorgada a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0. Su número no podrá exceder de 5% de los alumnos matriculados en una materia en el correspondiente curso académico, salvo que el número de alumnos matriculados sea inferior a 20, en cuyo caso sólo se podrá conceder una sola Matrícula de Honor.

3.2. Criterios de evaluación

Convocatoria ordinaria

Modalidad: Presencial

Sistemas de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
SE1. Asistencia y participación	10%	10%
SE2. Actividades académicas dirigidas	40%	40%
SE3. Prueba final presencial	50%	50%

Modalidad: A distancia

Sistemas de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
SE1. Asistencia y participación	10%	10%
SE2. Actividades académicas dirigidas	30%	30%
SE3. Prueba final presencial	60%	60%

Convocatoria extraordinaria

Modalidad: Presencial

Sistemas de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
SE1. Actividades académicas dirigidas	40%	40%
SE2. Prueba final presencial	60%	60%

Para poder hacer media con las ponderaciones anteriores será necesario obtener al menos una calificación de 5 en la prueba final presencial.

Modalidad: A distancia

Sistemas de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
SE1. Actividades académicas dirigidas	40%	40%
SE2. Prueba final presencial	60%	60%

Para poder hacer media con las ponderaciones anteriores será necesario obtener al menos una calificación de 5 en la prueba final presencial.

3.4 Restricciones

Calificación mínima

Para poder hacer media con las ponderaciones anteriores es necesario obtener al menos una calificación de 5 en la prueba final. Asimismo, es potestad del profesor que el alumno pueda presentar de nuevo las prácticas o trabajos escritos, si estos no han sido entregados en fecha, no han sido aprobados o se desea mejorar la nota obtenida, siempre en la convocatoria extraordinaria.

Asistencia

El alumno que, injustificadamente, deje de asistir a más de un 25% de las clases presenciales podrá verse privado del derecho a examinarse en la convocatoria ordinaria.

Normas de escritura

Se prestará especial atención en los trabajos, prácticas y proyectos escritos, así como en los exámenes tanto a la presentación como al contenido, cuidando los aspectos gramaticales y ortográficos. El no cumplimiento de los mínimos aceptables puede ocasionar que se resten puntos en dicho trabajo.

3.5 Advertencia sobre plagio

La Universidad Antonio de Nebrija no tolerará en ningún caso el plagio o copia. Se considerará plagio la reproducción de párrafos a partir de textos de auditoría distinta a la del estudiante (Internet, libros, artículos, trabajos de compañeros…), cuando no se cite la fuente original de la que provienen. El uso de las citas no puede ser indiscriminado. El plagio es un delito.

En caso de detectarse este tipo de prácticas, se considerará Falta Grave y se podrá aplicar la sanción prevista en el Reglamento del Alumno.

4 BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía básica

- Alaminos, A., & Alaminos-Fernández, A. F. (2021). Introducción práctica a la sociología electoral. *Sociología Electoral*.
- Gualda, E. (2022). Social big data, sociología y ciencias sociales computacionales. *Empiria: Revista de metodología de ciencias sociales*, (53), 147-177.
- Pacori Paricahua, E. W., Pacori Paricahua, A. K., Pacori Paricahua, J. Y., & Rodriguez Cardenas, E. (2022). Publicación de encuestas electorales frente a la intención de voto en la región andina.
- Peña, J. C. H. (2022). Campañas electorales," big data" y perfilado ideológico. Aproximación a su problemática desde el derecho fundamental a la protección de datos. *Revista española de derecho constitucional*, *42*(124), 41-73.

Bibliografía recomendada

- Gamir-Ríos, J., Cano-Orón, L., & Baviera, T. (2022). Análisis del aumento de seguidores y de la presencia multiplataforma de la clase política en Facebook, Twitter e Instagram en campañas electorales (2011-2019). *Fonseca, Journal of Communication*, (24), 211-231.
- Iturregui Mardaras, L., Cantalapiedra González, M. J., Elorriaga Illera, A., & Caneda Portela, B. (2021). Comparativa de los temas tratados por los principales partidos políticos y sus candidatos en Twitter y sus programas electorales. Análisis de las elecciones generales de 2016 en España. *Palabra Clave*, *24*(4).
- Valiente Martínez, F. (2021). Los límites a la libertad de expresión en el discurso político, con especial mención a las campañas electorales.

5. DATOS DEL PROFESOR

Nombre y Apellidos	Dr. D. Francisco Camas García
Departamento	Comunicación
Titulación académica	Doctor en Ciencias Sociales
Correo electrónico	fcamas@nebrija.es
Localización	Campus Facultad de Comunicación y Artes- San Francisco de Sales
Tutoría	Horario de tutoría Contactar con el profesor previa petición de hora por e-mail

Experiencia docente, investigadora y/o profesional, así como investigación del profesor aplicada a la asignatura, y/o proyectos profesionales de aplicación.	Es doctor en Ciencias Sociales y Licenciado en Ciencias Políticas y de la Administración por la Universidad de Granada. Actualmente es director de investigación de Opinión Pública de Ipsos España. Cuenta con más de 10 años de experiencia nacional e internacional como investigador y consultor de encuestas sociales y electorales. Es profesor de sociología en el Instituto de Estudios Bursátiles y ha impartido clases de ciencia política y metodología en la Universidad Carlos III de Madrid y la Universidad Autónoma de Madrid. Fundador de la consultora Elemental Research. Colaborador habitual en medios de comunicación como RNE, TVE y Canal Sur.

Nombre y Apellidos	D. Álvaro Lario Ruiz
Departamento	Comunicación
Titulación académica	Graduado
Correo electrónico	alario@nebrija.es
Localización	Campus Facultad de Comunicación y Artes- San Francisco de Sales
Tutoría	Horario de tutoría Contactar con el profesor previa petición de hora por e-mail
Experiencia docente, investigadora y/o profesional, así como investigación del profesor aplicada a la asignatura, y/o proyectos profesionales de aplicación.	Graduado en Ciencias Políticas con mención en Periodismo por la Universidad Carlos III de Madrid. Máster en Formación del Profesorado por la Universidad Rey Juan Carlos. Cuenta con formación especializada en Marketing y Negociación por la Universidad Claude Bernard de Lyon. En la actualidad trabaja como profesor de Economía en Enseñanza Secundaria, Bachillerato y FPen centros públicos y concertados de la Comunidad de Madrid. Ha trabajado en asesoría de comunicación en instituciones como el Congreso de los Diputados (2018-2021), el Ministerio de Transportes, Movilidad y Agenda Urbana (2021-2023), el Consejo Superior de Deportes (2023) o la Fundación Hay Derecho (2016-2017). También ha impartido programas formativos de comunicación política y liderazgo en la Universidad Nacional Autónoma de Honduras y colaborado en diversos medios como analista.