



Guía Docente

Workshop Comunicació Política y Electoral

Datos del Workshop	TIPO	ECTS	SEMESTRE	PRESENCIAL	IDIOMA	CURSO
	OP	2	Consultar programación	100%	Catalán / Castellano	2025-26

Los *workshops* son actividades formativas que el/la estudiante puede escoger entre una amplia oferta presentada por la Escuela cada curso académico. Su metodología es eminentemente **práctica** y se organizan en **grupos reducidos**.

Esta guía docente es susceptible de ser modificada por causa de fuerza mayor o sobrevenida.

Descriptor Nuestra misión en este *workshop* es capacitar a los/as estudiantes para diseñar, gestionar y evaluar campañas de comunicación política y electoral. Desarrollar el cuerpo de conocimiento necesario para crear estrategias y líneas creativas dentro de los objetivos políticos y electorales de cualquier partido.

Contenido

Tema 1: Conceptos de comunicación política y adyacentes.

- ✓ Comunicación política, comunicación electoral, propaganda, “publicidad política”, “publicidad institucional”, etc.
- ✓ La imagen como factor determinante en campañas políticas y electorales.
- ✓ Tendencias actuales en lo relativo a la imagen como elemento vertebrador de las campañas electorales.

Tema 2: El plan de comunicación política y el plan de comunicación electoral.

- ✓ Análisis de los procedimientos para la realización de un plan de comunicación política y de un plan de comunicación electoral.

Conocimientos Previos Para el correcto desarrollo de las actividades, este *workshop* está destinado al alumnado a partir de 3r curso.

Sistema de Evaluación

EVALUACIÓN

- La evaluación es el proceso mediante el cual se calibra el resultado del aprendizaje del/de la estudiante.
- La puntuación mínima para superar cualquier *workshop* es un 5,00. Solamente los *workshops* superados son susceptibles de reconocimiento.
- Cualquier tipo de trabajo alternativo no tendrá efecto sobre la evaluación.

Para el adecuado desarrollo de la evaluación, **el/la estudiante**

SE COMPROMETE:

- **A la lectura, comprensión y estudio de la totalidad del material facilitado.**
- **A la autoría de sus trabajos y ejercicios.**

*Se aplicarán programas de prevención de plagio. La detección de esta infracción en un 20% o más del material comportará una calificación final de **cero** y puede dar paso a actuaciones disciplinarias por parte de la Escuela.*



El/la docente tiene potestad para requerir al alumnado la defensa oral de cualquier elemento de evaluación para superarlo (por ejemplo, en caso de sospecha de uso indebido de la IA).

- **A la corrección ortográfica, sintáctica y léxica del material presentado.** Estos elementos forman parte intrínseca de la evaluación.
- **A elaborar los contenidos de acuerdo con los criterios establecidos por el centro y/o el profesorado para cada uno de los elementos de evaluación.**
- **A realizar toda entrega dentro del plazo establecido y exclusivamente a través de Moodle.**
- **A comunicarse con el/la docente exclusivamente:**
 - **Vía Moodle.**
 - **Personalmente en el aula.**

EVALUACIÓN CONTINUADA

Considerando la naturaleza eminentemente práctica y el aprendizaje gradual propio de las actividades realizadas en los *Workshops*, **no se contemplan ni la modalidad de evaluación única ni tampoco la reevaluación.**

ELEMENTOS DE EVALUACIÓN	DESCRIPCIÓN	VALOR PONDERADO
Clases magistrales (obligatorias)	Asistencia con participación pertinente y significativa como mínimo en el 80% de las sesiones. Las faltas de asistencia no son susceptibles de ser justificadas. Para la calificación final, se realizará la media ponderada de los otros dos elementos EXCLUSIVAMENTE si se cumple este requisito.	Apto/ No apto
Actividad formativa individual	Presentación de informes a desarrollar por los/las alumnos/as, elaborados a partir de las indicaciones del / de la docente responsable. Esta actividad es susceptible de ser presentada en clase.	70%
Actividad formativa colaborativa de un máximo de 5 estudiantes.	Consistirá en un trabajo en equipo con un sujeto promotor elegido. - Propuesta de estrategia en medios. - Propuesta de estrategia en redes sociales. - Propuesta de publicidad política. - Sistema de evaluación. Esta actividad es susceptible de ser presentada en clase.	30%

Bibliografía

CRESPO, I., CARLETTA, I., GARRIDO, A., & RIORDA, M. (2021). Manual de comunicación política y estrategias de campaña: candidatos, medios y electores en una nueva era. Biblos.
DE JESÚS GODÍNEZ TERRONES, J. (2023): Estrategia política: Un manual de campaña. Amazon Digital Services.
IVOSKUS, D. (2022). Matrix política: La construcción del candidato. Galerna.



- JUÁREZ-GÁMIZ, J., HOLTZ-BACHA, C., & SCHROEDER, A. (Eds.). (2020). Routledge international handbook on electoral debates. Routledge.
- KRIEGER, M. J. (2021). Sociología de las organizaciones Públicas: Un análisis del comportamiento organizacional del Estado y la administración pública. Errepar.
- LILLEKER, D., JACKSON, D., KALSNES, B., MELLADO, C., TREVISAN, F., & VENETI, A. (Eds.). (2024). The Routledge Handbook of Political Campaigning. Taylor & Francis.
- PEÑALVER, A. (2022). El líder 5.0: Cómo liderar con éxito las organizaciones en la nueva sociedad digital. Gestión 2000.
- PEYTIBI, X. (2019). Las campañas conectadas: Comunicación política en campaña electoral. UOC.
- PICH, C., & NEWMAN, B. I. (Eds.). (2020). Political branding: More than parties, leaders and policies. Routledge.
- RUDOLPH, T. J. (Ed.). (2022). Handbook on politics and public opinion. Edward Elgar Publishing.
- SOTILLOS, I. D., & NIETO, L. L. (2012). Comportamiento político y sociología electoral. Editorial UNED.
- WEAKLIEM, D. L. (2020). Public Opinion. John Wiley & Sons.