

IMPRESO SOLICITUD PARA VERIFICACIÓN DE TÍTULOS OFICIALES

1. DATOS DE LA UNIVERSIDAD, CENTRO Y TÍTULO QUE PRESENTA LA SOLICITUD

De conformidad con el Real Decreto 1393/2007, por el que se establece la ordenación de las Enseñanzas Universitarias Oficiales

UNIVERSIDAD SOLICITANTE		CENTRO	CÓDIGO CENTRO
Universidad Católica de Valencia San Vicente Mártir		Facultad de Sociología y Ciencias Humanas (VALENCIA)	46035574
NIVEL		DENOMINACIÓN CORTA	
Máster		Marketing Político y Comunicación Institucional	
DENOMINACIÓN ESPECÍFICA			
Máster Universitario en Marketing Político y Comunicación Institucional por la Universidad Católica de Valencia San Vicente Mártir			
RAMA DE CONOCIMIENTO		CONJUNTO	
Artes y Humanidades		No	
HABILITA PARA EL EJERCICIO DE PROFESIONES REGULADAS		NORMA HABILITACIÓN	
No			
SOLICITANTE			
NOMBRE Y APELLIDOS		CARGO	
Ginés Santiago Marco Perles		Profesor Agregado de la Facultad de Sociología y Ciencias Humanas	
Tipo Documento		Número Documento	
NIF		21505219N	
REPRESENTANTE LEGAL			
NOMBRE Y APELLIDOS		CARGO	
José Alfredo Peris Cancio		Rector	
Tipo Documento		Número Documento	
NIF		22648606T	
RESPONSABLE DEL TÍTULO			
NOMBRE Y APELLIDOS		CARGO	
Ginés Santiago Marco Perles		Profesor Agregado de la Facultad de Sociología y Ciencias Humanas	
Tipo Documento		Número Documento	
NIF		21505219N	
2. DIRECCIÓN A EFECTOS DE NOTIFICACIÓN			
A los efectos de la práctica de la NOTIFICACIÓN de todos los procedimientos relativos a la presente solicitud, las comunicaciones se dirigirán a la dirección que figure en el presente apartado.			
DOMICILIO		CÓDIGO POSTAL	MUNICIPIO
C/ Quevedo, 2		46001	Valencia
E-MAIL		PROVINCIA	TELÉFONO
jalfredo.peris@ucv.es		Valencia	639511951
			FAX
			963942474

### 3. PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES

De acuerdo con lo previsto en la Ley Orgánica 5/1999 de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal, se informa que los datos solicitados en este impreso son necesarios para la tramitación de la solicitud y podrán ser objeto de tratamiento automatizado. La responsabilidad del fichero automatizado corresponde al Consejo de Universidades. Los solicitantes, como cedentes de los datos podrán ejercer ante el Consejo de Universidades los derechos de información, acceso, rectificación y cancelación a los que se refiere el Título III de la citada Ley 5-1999, sin perjuicio de lo dispuesto en otra normativa que ampare los derechos como cedentes de los datos de carácter personal.

El solicitante declara conocer los términos de la convocatoria y se compromete a cumplir los requisitos de la misma, consintiendo expresamente la notificación por medios telemáticos a los efectos de lo dispuesto en el artículo 59 de la 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común, en su versión dada por la Ley 4/1999 de 13 de enero.

	En: Valencia, a ___ de _____ de ____
	Firma: Representante legal de la Universidad

## 1. DESCRIPCIÓN DEL TÍTULO

### 1.1. DATOS BÁSICOS

NIVEL	DENOMINACIÓN ESPECÍFICA	CONJUNTO	CONVENIO	CONV. ADJUNTO
Máster	Máster Universitario en Marketing Político y Comunicación Institucional por la Universidad Católica de Valencia San Vicente Mártir	No		Ver Apartado 1: Anexo 1.

#### LISTADO DE ESPECIALIDADES

No existen datos

RAMA	ISCED 1	ISCED 2
Artes y Humanidades	Ciencias políticas	Marketing y publicidad

#### NO HABILITA O ESTÁ VINCULADO CON PROFESIÓN REGULADA ALGUNA

#### AGENCIA EVALUADORA

Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación (ANECA)

#### UNIVERSIDAD SOLICITANTE

Universidad Católica de Valencia San Vicente Mártir

#### LISTADO DE UNIVERSIDADES

CÓDIGO	UNIVERSIDAD
072	Universidad Católica de Valencia San Vicente Mártir

#### LISTADO DE UNIVERSIDADES EXTRANJERAS

CÓDIGO	UNIVERSIDAD
No existen datos	

#### LISTADO DE INSTITUCIONES PARTICIPANTES

No existen datos

### 1.2. DISTRIBUCIÓN DE CRÉDITOS EN EL TÍTULO

CRÉDITOS TOTALES	CRÉDITOS DE COMPLEMENTOS FORMATIVOS	CRÉDITOS EN PRÁCTICAS EXTERNAS
60	0	0
CRÉDITOS OPTATIVOS	CRÉDITOS OBLIGATORIOS	CRÉDITOS TRABAJO FIN GRADO/ MÁSTER
0	48	12

#### LISTADO DE ESPECIALIDADES

ESPECIALIDAD	CRÉDITOS OPTATIVOS
No existen datos	

### 1.3. Universidad Católica de Valencia San Vicente Mártir

#### 1.3.1. CENTROS EN LOS QUE SE IMPARTE

LISTADO DE CENTROS	
CÓDIGO	CENTRO
46035574	Facultad de Sociología y Ciencias Humanas (VALENCIA)

#### 1.3.2. Facultad de Sociología y Ciencias Humanas (VALENCIA)

##### 1.3.2.1. Datos asociados al centro

TIPOS DE ENSEÑANZA QUE SE IMPARTEN EN EL CENTRO		
PRESENCIAL	SEMIPRESENCIAL	VIRTUAL
No	Sí	No
PLAZAS DE NUEVO INGRESO OFERTADAS		
PRIMER AÑO IMPLANTACIÓN	SEGUNDO AÑO IMPLANTACIÓN	
40	40	

<b>TIEMPO COMPLETO</b>		
	<b>ECTS MATRÍCULA MÍNIMA</b>	<b>ECTS MATRÍCULA MÁXIMA</b>
<b>PRIMER AÑO</b>	60.0	60.0
<b>RESTO DE AÑOS</b>	18.0	60.0
<b>TIEMPO PARCIAL</b>		
	<b>ECTS MATRÍCULA MÍNIMA</b>	<b>ECTS MATRÍCULA MÁXIMA</b>
<b>PRIMER AÑO</b>	12.0	48.0
<b>RESTO DE AÑOS</b>	12.0	48.0
<b>NORMAS DE PERMANENCIA</b>		
<a href="https://www.ucv.es/documentos/estudios/nomas_permanencia_ects.pdf">https://www.ucv.es/documentos/estudios/nomas_permanencia_ects.pdf</a>		
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	No	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	No
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	

## 2. JUSTIFICACIÓN, ADECUACIÓN DE LA PROPUESTA Y PROCEDIMIENTOS

Ver Apartado 2: Anexo 1.

### 3. COMPETENCIAS

3.1 COMPETENCIAS BÁSICAS Y GENERALES
<b>BÁSICAS</b>
CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación
CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio
CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios
CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades
CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.
<b>GENERALES</b>
CG1 - Integrar conceptos y herramientas para formular juicios de valor que tengan en cuenta las responsabilidades sociales y éticas, especialmente en el mundo de la comunicación y el marketing.
CG2 - Comprender y aprovechar la diversidad cultural para el desempeño personal y profesional de la dirección y gestión del marketing político y la comunicación institucional.
CG3 - Resolver conflictos en entornos nuevos y multidisciplinares relacionados con la gestión de la comunicación y el marketing.
CG4 - Comunicar conclusiones de foma clara y debatir con públicos especializados y no especializados sobre temas de interés y actualidad relacionados con la comunicación y el marketing.
CG5 - Ser capaz de mostrar un espíritu emprendedor para integrar en un trabajo fin de máster los conocimientos y las habilidades que exige la gestión de comunicación institucional y el marketing político.
CG6 - Integrar las capacidades de aprendizaje que permitan continuar la formación de un modo autónomo y autodirigido.
CG7 - Capacidad de análisis y de síntesis, integrando información y conocimientos procedentes de distintas áreas funcionales y entornos competitivos para emitir informes de asesoramiento sobre situaciones concretas relacionadas con la comunicación institucional y el marketing político.
CG8 - Integrar conceptos y herramientas para formular juicios de valor sobre los fundamentos teóricos básicos de la acción política.
CG9 - Integrar conceptos y herramientas para formular juicios de valor sobre los fundamentos del liderazgo y la participación pública.
<b>3.2 COMPETENCIAS TRANSVERSALES</b>
No existen datos
<b>3.3 COMPETENCIAS ESPECÍFICAS</b>
CE1 - Integrar los fundamentos teóricos y estrategias propias de la comunicación institucional.
CE2 - Integrar los fundamentos teóricos y estrategias propios del marketing político.
CE3 - Ser capaz de reconocer el valor de la visión-misión de una organización como marco de referencia para la planificación de su estrategia de comunicación y marketing..
CE4 - Conocer el método integrado de auditoría, análisis, planificación, gestión y evaluación de un Plan de Comunicación y Marketing.
CE5 - Tener la capacidad de reconocer y abordar dilemas éticos y sociales del ámbito de la comunicación institucional, lo que incluye cuestiones de deontología profesional y aplicación de valores sociales en la resolución de problemas y selección de alternativas que influyen en la estrategia de comunicación de las organizaciones.
CE6 - Tener la capacidad de reconocer y abordar dilemas éticos y sociales del ámbito del marketing político y electoral, lo que incluye cuestiones de deontología profesional y aplicación de valores sociales en la resolución de problemas y selección de alternativas que influyen en la estrategia de marketing de las organizaciones políticas.
CE7 - Ser capaz de interiorizar y debatir públicamente un juicio crítico acerca de los fundamentos filosóficos de la acción política sobre los que se fundamentan las políticas públicas.

CE8 - Ser capaz de interiorizar y debatir públicamente un juicio crítico acerca de los fundamentos jurídicos de la acción política sobre los que se fundamentan las políticas públicas.
CE9 - Ser capaz de interiorizar y debatir públicamente un juicio crítico acerca de los fundamentos económicos de la acción política sobre los que se fundamentan las políticas públicas.
CE10 - Adquirir conocimientos especializados acerca de los fundamentos de la sociología electoral sobre los que se asienta la formación de la opinión pública y el comportamiento electoral.
CE11 - Adquirir conocimientos especializados sobre los fundamentos del liderazgo y la participación pública.
CE12 - Conocer las técnicas de organización, desarrollo y evaluación ejecutables en el desarrollo de campañas electorales.
CE13 - Conocer las estrategias y herramientas de Comunicación 3.0 aplicadas a contextos políticos y de gobernanza pública.
CE14 - Conocer los fundamentos teóricos del proceso evolutivo de la sociedad.
CE15 - Ser capaz de interiorizar y debatir públicamente un juicio crítico sobre el papel de los medios de comunicación ante el fenómeno Global y Glocal.
CE16 - Ser capaz de interiorizar y debatir públicamente un juicio crítico sobre la función de los laboratorios de ideas de partidos políticos y su implementación en los programas electorales.
CE17 - Conocer los protocolos de organización y gestión de eventos corporativos de corte institucional y en contextos gubernamentales.
CE18 - Conocer los protocolos de organización y gestión de eventos corporativos de corte institucional y en contextos político-electorales.
CE19 - Ser capaz de integrar en un proyecto fin de máster los conocimientos y las habilidades desarrolladas a lo largo del programa.
CE20 - Ser capaz de interiorizar y discernir públicamente acerca de las oportunidades y riesgos del lobbying sobre la Administración Pública.

#### 4. ACCESO Y ADMISIÓN DE ESTUDIANTES

##### 4.1 SISTEMAS DE INFORMACIÓN PREVIO

Ver Apartado 4: Anexo 1.

##### 4.2 REQUISITOS DE ACCESO Y CRITERIOS DE ADMISIÓN

El sistema de **acceso** al Máster, seguirá lo establecido en el artículo 16 del Real Decreto 1393/2007:

- Para acceder a las enseñanzas oficiales de Máster será necesario estar en posesión de un título universitario oficial español u otro expedido por una institución de educación superior del Espacio Europeo de Educación Superior que facultan en el país expedidor del título para el acceso a enseñanzas de Máster.

- Asimismo, podrán acceder los titulados conforme a sistemas educativos ajenos al Espacio Europeo de Educación Superior sin necesidad de la homologación de sus títulos, previa comprobación por la Universidad de que aquellos acreditan un nivel de formación equivalente a los correspondientes títulos universitarios oficiales españoles y que facultan en el país expedidor del título para el acceso a enseñanzas de postgrado. El acceso por esta vía no implicará, en ningún caso, la homologación del título previo de que esté en posesión el interesado, ni su reconocimiento a otros efectos que el de cursar las enseñanzas de Máster.

###### Perfil de ingreso recomendado:

A los efectos de conseguir la mejor adecuación entre los objetivos de este Máster y la consecución del máximo grado de socialización entre los estudiantes que lo cursen, el perfil de graduado/licenciado que acceda a los estudios de este Máster deberá reunir las siguientes características:

- Estar en posesión de una titulación que le aproxime a las necesidades de la gestión política y de la comunicación institucional (Ciencias Políticas y de la Administración, Sociología, Filosofía, Derecho, Economía, Administración y Dirección de Empresas, Periodismo, Comunicación Audiovisual, Filología, etc.).
- Que la titulación de procedencia haya sido obtenida preferiblemente en los cinco últimos años.
- Que se acredite un rendimiento académico elevado.
- Que en una entrevista personal con el Director del Máster se acredite adicionalmente:
  - Capacidad de trabajo, esfuerzo y dedicación.
  - Capacidad de diálogo y de trabajo en equipo.
  - Interés por el mundo de la gestión y la comunicación política.
  - Compromiso con el régimen de dedicación que requiera el seguimiento de los estudios del Máster.

Como **criterios de selección para la admisión en el Máster**, siempre y cuando la demanda supere a la oferta, la Comisión de Coordinación Académica integrada por el Decano de la Facultad, el Director del Máster, el Secretario de la Facultad y el Secretario Técnico (representante de la Secretaría Administrativa), valorará -respecto de los candidatos-, los siguientes elementos:

- Que acrediten estar en posesión de una titulación que habilite para la gestión política y la comunicación institucional (Baremo: de 0 a 15 puntos).
- Que acrediten un elevado rendimiento académico (Baremo: de 0 a 40 puntos, resultado de tomar como referencia la nota media obtenida en la titulación de procedencia).
- Conocimiento del Inglés (Baremo: de 0 a 25 puntos).

- Resultado de la entrevista personal con el Director del Máster, en la que se valorarán aspectos tales como: la capacidad de trabajo, esfuerzo y dedicación, la capacidad de diálogo y trabajo en equipo, el interés por el mundo de la gestión y la comunicación política, así como el nivel de compromiso con la exigencia que comporte el seguimiento de los estudios de este Máster (Baremo: de 0 a 20 puntos).

La finalidad de los elementos anteriores pasa por propiciar la sinergia y la cooperación activa entre todos los actores participantes en el Máster.

#### 4.3 APOYO A ESTUDIANTES

##### 4.3 Sistemas de apoyo y orientación a los estudiantes una vez matriculados

Una vez matriculados, los alumnos tienen a su disposición los mecanismos de apoyo durante su formación en la UCV:

- 4.3.1. El Servicio de Apoyo y Orientación

- 4.3.2. El Servicio de Defensa del Alumnado

- 4.3.3. Servicio de inserción laboral y gestión de bolsas de trabajo

- 4.3.4. Programa de acción tutorial

- **4.3.5. Sistema específico de apoyo a los estudiantes del Máster Universitario en Marketing Político y Comunicación Institucional, una vez que hayan formalizado su matrícula.**

##### 4.3.1. Servicio de Apoyo y Orientación

El **Servicio de Orientación (S.O.)** es un servicio gratuito que ofrece la UCV a todos sus alumnos y está formado por 3 psicólogos, 2 pedagogas, 1 psicopedagoga y el coordinador del mismo. Su función es orientar de forma individual o a través de talleres las demandas puntuales que el alumnado pueda solicitar tanto en el ámbito psicológico como pedagógico o de orientación para el máster.

El trabajo del Servicio de Orientación se puede concretar en las siguientes líneas de actuación fundamentales: información al alumno, apoyo a profesores-tutores, atención y orientación individual

y atención grupal o talleres.

##### 4.3.2. Servicio de Defensa del Alumnado

El **defensor universitario** en la UCV es la persona que tiene entre sus funciones proteger los derechos y escucha las quejas y necesidades, informativas o estructurales, de los alumnos. Actúa como mediadora en aquellos conflictos en los que se solicita su intervención.

Sus **funciones** son:

- Recibir y tramitar las inquietudes, necesidades y quejas que se presenten individual o colectivamente.
- Apoyar las inquietudes, necesidades y quejas que puedan significar un bien para la comunidad universitaria o para el alumno.
- Mediar en aquellos conflictos en los que se solicite dicha intervención.
- Atender y derivar al servicio adecuado o al Director del Máster las consultas y duda sobre cuestiones académicas y administrativas.
- Formular recomendaciones a los distintos servicios de la Universidad.

##### 4.3.3. Servicio de inserción laboral y gestión de bolsas de trabajo

Realización de **Talleres de Inserción Laboral**, con contenidos sobre:

- Herramientas de búsqueda de empleo y su uso
- Yacimientos de empleo para egresados en Asesoría Jurídica

- Entrevista de trabajo
- Herramientas de selección de personal: dinámicas, tests psicotécnicos, etc.
- Empleo público
- Tipos de contratos

Otras tareas realizadas por el Servicio son:

- Organización de tutorías individualizadas sobre inserción profesional a alumnos del máster y futuros egresados
- Preparación en grupo de procesos de selección para ofertas concretas
- Recepción y gestión de ofertas de trabajo y becas para profesionales del máster
- Seguimiento profesional de egresados y realización de un análisis anual de la inserción profesional de los egresados.

#### 4.3.4. Programa de acción tutorial

El Programa de Atención tutorial de la Universidad Católica San Vicente Mártir (de forma personal y a distancia a través de plataforma o tutoría virtual), tiene la finalidad de mejorar y diferenciar la oferta formativa de la Universidad orientándola a la formación personal y completa de los alumnos que acceden por primera vez a los estudios universitarios, de tal manera que el programa suponga un factor de mejora de la calidad dentro de su proyecto educativo y colabore a incrementar la satisfacción y fidelización de los estudiantes. La tutoría es un espacio idóneo para la consecución de un aprendizaje eficaz dado que permite hacer un seguimiento de los avances del alumnado y ofrecer una orientación personalizada en función de las dificultades con las que se va encontrando. El programa se lleva a cabo teniendo como marco de referencia la adaptación del alumno al entorno universitario y el aprovechamiento óptimo de su rendimiento académico con el fin primordial de favorecer su autonomía, nivel de responsabilidad y desarrollo personal:

Objetivos informativos: facilitar la integración de los alumnos que acceden por primera vez a la Universidad, informándoles y asesorándoles acerca de los procedimientos necesarios para una buena adaptación al entorno universitario.

Objetivos formativos: realizar un seguimiento del desarrollo académico de los alumnos que permita detectar sus necesidades educativas y por tanto facilitar la mejora del rendimiento de sus estudios y un mejor aprovechamiento de la oferta formativa de la UCV.

Los medios con los que cuenta para el cumplimiento de los objetivos citados son los siguientes:

Un profesor tutor, que asesora al alumno, con respecto a todos aquellos temas cuya resolución facilite su integración en la Universidad, para lo cual le proporciona información sobre el título del cual se ha matriculado, su recorrido curricular, así como de los servicios del conjunto de la Universidad.

La Coordinación del Programa, cuyas actuaciones están orientadas a la dirección y seguimiento de los objetivos y estrategias de intervención que se plantean.

El tutor realiza una serie de acciones las cuales pueden desglosarse en tres campos de actuación:

1. Informativas (tutor transmisor y receptor de información):

- Aspectos generales de la Universidad
- Aspectos específicos acerca de la carrera y titulación elegida
- Derivación a servicios de la UCV

2. Seguimiento académico en cuanto al rendimiento individual y su seguimiento específico:

- Estudiantes con necesidades especiales
- Estudiantes de excelencia

Estudiantes con discapacidades si los hubiera.

### 3. Orientación en colaboración con el Servicio de Orientación de la UCV

Las acciones del tutor respecto a los Alumnos autorizados

- Informar y asesorar acerca de los procedimientos necesarios para una buena adaptación al entorno universitario para lo cual los tutores colaboran con las Jornadas de Acogida para la presentación Institucional de la Universidad y gestionan la Semana 0 con el objetivo de proporcionar a los alumnos la información necesaria para favorecer su integración y adaptación al nuevo entorno académico.

-Conocer a los alumnos del grupo asignado realizando un seguimiento del mismo a través de:

-Elaboración de una ficha personalizada de cada alumno que recoja el perfil, motivo de la elección de la titulación y nivel de expectativas entre otros aspectos.

-Entradas periódicas en el aula para la realización de tutorías grupales

-Atención a conflictos de grupo

-Gestión de la elección de Delegados de curso: (entrega de documento con funciones del Delegado y Acta reuniones mensuales)

-Seguimiento individualizado en casos puntuales:

-Pase de cuestionarios sobre aspectos académicos, dificultades y hábitos de estudio, grado asistencia, organización horarios, asistencia a tutorías.

-Atención especial a alumnos de bajo rendimiento con el fin de orientar a alumnos en la gestión de su expediente.

-Derivar hacia el Servicio de Orientación a los alumnos que así lo requieran.

-Informar sobre los siguientes temas: itinerarios, asignaturas que presentan más dificultad para los estudiantes, asignaturas de libre elección relacionadas con la titulación, la oferta de asignaturas optativas, las prácticas, todo ello en colaboración directa y bajo la supervisión de los Vicedecanos de cada titulación.

-El pase de la encuesta de satisfacción con el PAT se realizará en cada grupo tutorizado con el fin de conseguir:

-Percepción de una influencia positiva de la tutoría en el desarrollo académico de los alumnos

-Percepción de una influencia positiva de la tutoría en la integración del alumno

-Satisfacción del alumno con el programa de tutorías

-Satisfacción del alumno con la actuación del tutor asignado

Las acciones del tutor respecto a los Profesores del grupo tutorizado

-El tutor se presentará e informará a los profesores acerca del grupo en una reunión a comienzos de cuatrimestre

-El tutor debe recibir información de los profesores sobre incidencias significativas que afecten al grupo o a alumnos en particular a través de

- Contacto por mail
- Pase cuatrimestral de cuestionario sobre valoración del grupo
- Reunión cuatrimestral
- Envío notas de exámenes en las convocatorias correspondientes

-El tutor se coordinará en caso necesario, con el Vicedecano correspondiente para mantenerle informado de temas puntuales que requieran su conocimiento y/o autorización.

No se ha asignado ninguna función a la acción tutorial que atribuya a las familias el acceso a la información académica que pudiera afectar a los derechos fundamentales de los estudiantes. La comunicación establecida entre el alumnado y el tutor será siempre confidencial, no vulnerando el derecho de privacidad.

El tutor y la Coordinación del Programa

-El Coordinador del programa mantendrá contactos quincenales con los tutores a través de reuniones quincenales en las que el tutor aportará un Acta con los aspectos a tratar en la citada reunión.

-La Coordinación del Programa en colaboración con el Departamento de calidad de la Universidad, gestionará la realización de la encuesta de satisfacción con respecto a la acción tutorial, en cada uno de los grupos tutorizados.

-Los tutores remitirán al Coordinador del programa un Informe cuatrimestral que se entregará al Vicerrectorado de Ordenación académica y que detallará los siguientes aspectos:

-Grado de cumplimiento de los objetivos marcados a comienzos del cuatrimestre.

-Valoración de la evolución del grupo tutorizado.

-Principales acciones realizadas.

-Propuestas de mejora.

-Indicadores de rendimiento de las asignaturas del cuatrimestre y anuales en su caso.

**4.3.5. Sistema específico de apoyo a los estudiantes del Máster Universitario en Marketing Político y Comunicación Institucional, una vez que hayan formalizado su matrícula.**

Al tratarse de un Máster que tiene previsto ofertarse en modalidad semipresencial, la UCV tiene previsto dispensar al alumnado de este Máster las siguientes medidas de acogida y orientación inicial, distinguiendo en todo caso lo relativo al inicio del Máster respecto del inicio de cada materia.

- *Inicio institucional del Máster:*

El primer día del inicio del Máster, y después de haber tenido lugar la Sesión de Apertura (que se retransmitirá por videoconferencia), el Director del Máster desarrollará una videoconferencia interactiva con los siguientes objetivos:

- Acoger al alumnado para darles de la bienvenida y mostrarles las líneas directrices que van a orientar la docencia.

- Prestar especial atención a las innovaciones metodológicas en las que la UCV basa su docencia virtual, en las competencias que han de lograrse, en las tutorías y en los procedimientos de evaluación.

- Dar a conocer cualesquiera otros temas que resulten de interés.

En la franja de tiempo que media entre la Sesión de Apertura y el inicio "efectivo" del Máster, se impartirán una serie de tutorías de formación básica para familiarizar al estudiante con el entorno tecnológico, haciendo especial mención a la plataforma de teleformación virtual necesaria para realizar la docencia teórico-práctica.

Además de estas tutorías de formación inicial, el alumnado del Máster contará con el soporte de personal técnico especializado o "helpdesk" de apoyo disponible online y durante todo el desarrollo del Máster. La formación se impartirá a grupos reducidos a través de sesiones de videoconferencia, guías tutoriales y documentos pdf. Será el modo adecuado para dar a conocer las posibilidades que brinda la plataforma de teleformación de la UCV.

Asimismo, se presentará al alumnado una presentación multimedia interactiva que clarifique la estructura y los objetivos del Máster, y en donde se dará a conocer el docente responsable de la coordinación de cada materia y los procedimientos de evaluación que caracterizarán tal materia.

- *Inicio de cada materia.*

Al inicio de cada materia, el profesor-coordinador de la misma realizará un vídeo tutorial para dar a conocer la guía didáctica audiovisual, donde se dan a conocer los objetivos, la metodología, los contenidos, la bibliografía, así como las diferentes modalidades formativas que se van a utilizar: tutorías, seminarios, trabajos en grupo, resolución de cuestiones objetivas y demás pruebas evaluativas.

Asimismo, cada materia irá acompañada de:

- una guía didáctica (no audiovisual);

- unos documentos en formato pdf que constituyan el soporte base de la materia y en el que se desarrollan los objetivos, la metodología, los contenidos, la bibliografía, etc.;

- unos documentos e-learning que integren texto escrito, imagen y sonido, para clarificar los contenidos.

**4.4 SISTEMA DE TRANSFERENCIA Y RECONOCIMIENTO DE CRÉDITOS**

**Reconocimiento de Créditos Cursados en Enseñanzas Superiores Oficiales no Universitarias**

MÍNIMO	MÁXIMO
0	0

**Reconocimiento de Créditos Cursados en Títulos Propios**

MÍNIMO	MÁXIMO
0	0

**Adjuntar Título Propio**

Ver Apartado 4: Anexo 2.

**Reconocimiento de Créditos Cursados por Acreditación de Experiencia Laboral y Profesional**

MÍNIMO	MÁXIMO
0	9

**REGLAMENTO SOBRE RECONOCIMIENTO Y TRANSFERENCIA DE CRÉDITOS EN LAS ENSEÑANZAS DE GRADO Y MÁSTER**

Exposición de motivos

El Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales, establece en su artículo 6.1 que las Universidades deberán elaborar y hacer pública su normativa so-

bre reconocimiento y transferencia de créditos con el objeto de hacer efectiva la movilidad de estudiantes, dentro y fuera del territorio nacional.

El Real Decreto 861/2010, de 2 de julio, modifica parcialmente el contenido de diversos artículos del Real Decreto 1393/2007 en el sentido de introducir nuevas posibilidades en materia de reconocimiento de créditos en estudios de Grado y de Máster Universitario. La nueva regulación permite el reconocimiento de créditos cursados no sólo en estudios universitarios oficiales sino también aquellos obtenidos en los estudios a los que se refiere el artículo 34.1 de la Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de Universidades, y también el reconocimiento en forma de créditos de la experiencia laboral y profesional acreditada.

Además, la aprobación del Estatuto del Estudiante Universitario, por Real Decreto 1791/2010, de 30 de diciembre, en su artículo 6, establece el derecho de los estudiantes, en cualquier etapa de su formación universitaria, al reconocimiento de los conocimientos y las competencias o experiencia profesional adquiridas con carácter previo. Asimismo, encarga a las Universidades el establecimiento de las medidas necesarias para que las enseñanzas no conducentes a la obtención de titulaciones oficiales que cursen o hayan sido cursadas por los estudiantes, les sean reconocidas total o parcialmente, siempre que el título correspondiente haya sido extinguido y sustituido por un título oficial de Grado.

Este Reglamento establece la regulación por la que se podrá obtener el reconocimiento de créditos desde estudios universitarios oficiales o los denominados títulos propios universitarios, mediante la validación de la experiencia laboral o profesional a efectos académicos, desde estudios superiores no universitarios, tal como establece el artículo 36.d) y e) de la Ley Orgánica 4/2007, de 12 de abril, y por la realización de actividades universitarias culturales, deportivas, de representación estudiantil, solidarias y de cooperación, de acuerdo con el artículo 46.2.i) de la Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de Universidades. Además, se regula la forma en la que se producirá la transferencia de créditos, anotando en el expediente del estudiante todos los créditos superados en enseñanzas oficiales que no hayan sido utilizados para la obtención de un título. Por otro lado, se define la adaptación como el cambio desde los estudios universitarios correspondientes a la regulación anterior al EEES a los estudios oficiales de Grado o de Master Universitario.

El Reglamento contempla, asimismo, los procedimientos que han de guiar la tramitación de los reconocimientos, transferencia y adaptaciones de los estudiantes y los órganos competentes para resolver.

## Capítulo I

### Disposiciones generales

#### Artículo 1.#Objeto y ámbito de aplicación.

El presente Reglamento tiene por objeto regular el sistema de reconocimiento y transferencia de créditos a aplicar en los estudios universitarios oficiales de Grado y Máster de la Universidad Católica de Valencia "San Vicente Mártir", de acuerdo a los criterios generales que sobre el particular se establecen en el Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, modificado por el Real Decreto 861/2010, de 2 de julio.

#### Artículo 2.#Definiciones.

A los efectos previstos en este Reglamento:

a) Se entiende por RECONOCIMIENTO la aceptación por parte de la Universidad Católica de Valencia "San Vicente Mártir" de los créditos que tengan relación con los estudios a los que se accede y que hayan sido obtenidos, en la misma u otra universidad, en unas enseñanzas oficiales o en estudios a los que se refiere el artículo 34.1 de la Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de Universidades (en adelante, Títulos Propios),

o en Estudios Superiores oficiales no universitarios, así como de las actividades universitarias culturales, deportivas, de representación estudiantil, solidarias o de cooperación y también de la experiencia laboral o profesional acreditada. Estos créditos serán computados por la Universidad Católica de Valencia "San Vicente Mártir" a efectos de la obtención de un título oficial.

b) Se entiende por TRANSFERENCIA la anotación en los documentos académicos oficiales acreditativos de las enseñanzas seguidas por cada estudiante, de todos los créditos obtenidos en enseñanzas oficiales cursadas con anterioridad, en la misma u otra universidad, que no hayan conducido a la obtención de un título oficial.

c) Se entiende por ADAPTACIÓN el proceso mediante el cual las asignaturas cursadas y superadas en el plan a extinguir de un estudio de la Universidad Católica de Valencia "San Vicente Mártir" –previo a la regulación del Real Decreto 1393/2007#se convalidan por otras en el nuevo plan del estudio que lo sustituye. También se denominará adaptación cuando este proceso se realice desde un título propio de la Universidad Católica de Valencia "San Vicente Mártir" a un Grado o Master Universitario que lo sustituya por extinción.

d) Se denomina RESOLUCIÓN DE RECONOCIMIENTO Y TRANSFERENCIA el documento por el cual la Comisión Académica de Título (CAT) de la Facultad correspondiente acuerda el reconocimiento y/o transferencia de los créditos objeto de solicitud. En la referida resolución se harán constar los créditos reconocidos y/o transferidos y, en su caso, las asignaturas o materias que deberán ser cursadas y las que no, por considerar adquiridas las competencias de esas asignaturas con los créditos reconocidos.

e) Se denomina TITULACIÓN DE ORIGEN aquella en la que se han cursado los créditos objeto de reconocimiento y/o transferencia. Se denominará TITULACIÓN DE DESTINO aquella para la que se solicita el reconocimiento o la transferencia de los créditos.

## Capítulo II

### Reconocimiento de créditos

#### Artículo 3.#Criterios generales para el reconocimiento de créditos en enseñanzas de Grado.

El reconocimiento de créditos desde la titulación de origen del estudiante se realizará a la enseñanza oficial de Grado que se solicite, conforme a los siguientes criterios generales:

##### 3.1.#Créditos obtenidos en enseñanzas universitarias oficiales.

En el caso de enseñanzas universitarias oficiales, podrán ser reconocidos los créditos superados en origen en cualquier materia/asignatura teniendo en cuenta:

- a) La adecuación entre las competencias y conocimientos asociados a las materias/asignaturas superadas por el estudiante y los previstos en el plan de estudios de la titulación de destino o bien que tengan carácter transversal.
- b) La adecuación señalada deberá valorar igualmente los contenidos y créditos asociados a las materias/asignaturas previamente superadas y su equivalencia con los de las materias o asignaturas que las desarrollen, para las cuales se solicita reconocimiento de créditos.
- c) A los efectos indicados en el apartado anterior la equivalencia mínima que debe darse para poder llevar a cabo el reconocimiento de créditos correspondientes será de un 75 por 100.

##### 3.2.#Créditos obtenidos en enseñanzas universitarias no oficiales.

En el caso de enseñanzas universitarias no oficiales conducentes a la obtención de títulos a los que se refiere el artículo 34.1 de la Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de Universidades, modificada por la Ley Orgánica 4/2007, de 12 de abril, podrán ser reconocidos los créditos superados en origen en cualquier materia en los mismos términos que los indicados en el apartado anterior y con las limitaciones indicados en el apartado siguiente.

##### 3.3.#Limitaciones al reconocimiento por enseñanzas universitarias no oficiales o por experiencia laboral y profesional acreditada.

En el caso de los créditos reconocidos por haber cursado enseñanzas universitarias no oficiales, o los reconocidos a partir de la experiencia profesional o laboral acreditada, el número de créditos reconocidos en conjunto, no podrá ser superior al 15 por ciento del total de créditos que constituyan el plan de estudios. El reconocimiento de estos créditos no incorporará calificación de los mismos por lo que no computarán a efectos de baremación del expediente.

No obstante lo anterior, los créditos procedentes de títulos propios podrán, excepcionalmente, ser objeto de reconocimiento en un porcentaje superior al señalado en el párrafo anterior o, en su caso, ser objeto de reconocimiento en su totalidad siempre que el correspondiente título propio haya sido extinguido por un título oficial.

La excepcionalidad señalada en el párrafo anterior, podrá ser aceptada por la Comisión Académica de Título de la correspondiente Facultad, siempre que los créditos aportados para su reconocimiento correspondan a un título propio de la UCV y se den las circunstancias requeridas para ello en el artículo 6.4 del Real Decreto 1393/2007 modificado por Real Decreto 861/2010, de 2 de julio.

##### 3.4.#Trabajo Fin de Grado y de Máster.

De conformidad con lo que establece el artículo 6.2 del Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, modificado por el Real Decreto 861/2010, de 2 de julio, no podrán ser objeto de reconocimiento los créditos correspondientes a los trabajos de fin de Grado y de Máster.

#### Artículo 4.#Criterios específicos para el reconocimiento de créditos en enseñanzas de Grado.

#### 4.1. Créditos obtenidos en materias de formación básica.

a) En enseñanzas de Grado, siempre que los estudios de origen y de destino pertenezcan a la misma rama de conocimiento, serán objeto de reconocimiento los créditos correspondientes a materias de formación básica de dicha rama.

b) En enseñanzas de Grado, cuando los estudios de origen y de destino no pertenezcan a la misma rama de conocimiento, serán objeto de reconocimiento los créditos correspondientes a aquellas otras materias de formación básica pertenecientes a la rama de conocimiento de los estudios de destino.

#### 4.2. Participación en actividades universitarias culturales, deportivas, de representación estudiantil, solidarias y de cooperación contempladas en el artículo 12.8 del Real Decreto 1393/2007.

En enseñanzas de Grado, hasta un máximo de 6 créditos del total del plan de estudios cursado, podrán obtenerse por la participación en actividades universitarias culturales, deportivas, de representación estudiantil, solidarias y de cooperación.

#### 4.3. Estudios en Enseñanzas Superiores.

En enseñanzas de Grado, se podrá obtener reconocimiento a partir de módulos profesionales de Ciclos Formativos de Grado Superior, de otras enseñanzas superiores oficiales no universitarias siempre relacionadas con el Grado, conforme a la regulación estatal correspondiente.

#### 4.4. Experiencia laboral y profesional acreditada.

En enseñanzas de Grado, se podrá obtener reconocimiento por la experiencia profesional y laboral acreditada, siempre que esté relacionada con las competencias inherentes al título correspondiente.

El reconocimiento de créditos por este apartado deberá realizarse, con carácter general, respecto de las asignaturas contempladas en el plan de estudios como "prácticas externas" o

practicum.

El número máximo de créditos a reconocer para estos casos deberá atenerse a lo dispuesto en el artículo 3.3 de esta norma.

#### Artículo 5. #Criterios específicos para el reconocimiento de créditos en enseñanzas de Master.

##### 5.1. Estudios de Máster Universitario español o de países del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES).

Se podrá obtener reconocimiento por los créditos superados anteriormente en estudios de Máster Universitario español, u otro del mismo nivel expedido por una institución de educación superior del EEES, siempre que estos resulten coincidentes con los contenidos, carga lectiva y competencias previstas en el Master en que se encuentre matriculado el solicitante.

A estos efectos resulta de aplicación los criterios de equivalencia señalados en el artículo 3.1.c) de la presente norma.

##### 5.2. Estudios cursados en instituciones de educación superior, ajenas al EEES, equivalentes a los estudios de Master Universitario español.

Podrán obtener reconocimiento de créditos los titulados conforme a sistemas educativos ajenos al EEES, cuyo título haya sido objeto de homologación por el correspondiente título español de Master Universitario.

De igual forma podrán obtener reconocimiento de créditos sin necesidad de homologar su título, quienes hayan accedido a los estudios de Master Universitario en la UCV, previa autorización para ello conforme a lo establecido en el artículo 16.2 del Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, modificado por el Real Decreto 861/2010, de 2 de julio, y acrediten haber superado en el país correspondiente estudios con nivel equivalente al de Master Universitario español.

El reconocimiento de créditos para los supuestos señalados en este apartado requerirá que se cumplan las condiciones generales de equivalencia de contenidos, carga lectiva y competencias previstas entre los estudios cursados en origen y los fijados en el Master en que se encuentre matriculado el solicitante, señaladas en el artículo 3.1.c) de esta norma.

5.3. Enseñanzas universitarias no oficiales conducentes a títulos a los que se refiere el artículo 34.1 de la Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de Universidades.

Se podrá obtener reconocimiento a partir de Títulos Propios, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 3.2 del presente Reglamento.

5.4. Experiencia laboral y profesional.

Se podrá obtener, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 4.4 de esta norma, reconocimiento a partir de la validación de la experiencia profesional y laboral acreditada y relacionada con las competencias inherentes al Master Universitario en cuestión.

Capítulo III

Transferencia de créditos

Artículo 6.#Transferencia de créditos.

Los créditos obtenidos en enseñanzas oficiales cursadas con anterioridad, en la misma u otra universidad, que no hayan conducido a la obtención de un título oficial, se incluirán en los documentos académicos oficiales acreditativos de las enseñanzas seguidas por cada estudiante.

La anotación en los documentos académicos oficiales únicamente tiene efectos informativos y en ningún caso los créditos se computarán para la obtención del título al que se incorporan.

Capítulo IV

Adaptación de créditos

Artículo 7.#Adaptación de créditos.

Las asignaturas superadas en un plan de estudios de la Universidad Católica de Valencia "San Vicente Mártir" que se extingue gradualmente por la implantación del correspondiente título propuesto, se adaptarán de conformidad con la tabla prevista en el plan de estudios del Título de Grado o Master correspondiente.

Capítulo V

Procedimiento general para efectuar el reconocimiento de créditos

Artículo 8.#Presentación de la solicitud de reconocimiento académico de créditos.

1 Los alumnos podrán solicitar el reconocimiento de créditos conforme a lo establecido en el presente Reglamento en las fechas que específicamente se establezcan por la UCV, bien de forma general, bien en cada curso académico.

2 La solicitud deberá presentarse en la Secretaría de la Facultad a la que se encuentre adscrito el título oficial para el que se solicita el reconocimiento y se acompañará de toda la documentación que acredite la tipología de la formación cursada, créditos obtenidos en la misma, contenidos y competencias adquiridas, y se advertirá de las materias/asignaturas para las que se solicita el correspondiente reconocimiento de créditos.

3 En el caso de reconocimiento por actividades laborales se deberán valorar las funciones ejercidas por el estudiante y cómo han repercutido en su formación. Dichas funciones deberán tener un suficiente nivel de acreditación por el empleador y, en todo caso, se aportará, además, informe de vida laboral.

Artículo 9.#Resolución de las solicitudes de reconocimiento de créditos.

1 Las solicitudes de reconocimiento de créditos serán resueltas por la Comisión Académica de Título (CAT) de la Facultad a la que esté adscrito el título oficial para el que se solicita el reconocimiento.

2 La Comisión estará integrada por los miembros permanentes y, en su caso, por los miembros no permanentes y los miembros consultivos.

a) Son miembros permanentes, el Decano (Decano adjunto, en su caso), el Vicedecano de la Titulación, el Secretario, y el Técnico de Secretaría Administrativa.

b) Son miembros no permanentes, los Directores de los Másteres. La participación de los Directores de Másteres, con capacidad de decisión, se producirá cuando la solicitud de convalidación afecte al Máster que dirige.

c) Son miembros consultivos, los Directores de Departamento y los Profesores de las enseñanzas de Grado y de Postgrado. El informe que realiza el Director de Departamento junto con los Profesores que estime conveniente consultar tendrá la consideración de informe técnico no vinculante.

Artículo 10.#Efectos del reconocimiento de créditos.

Los créditos reconocidos se incorporarán al expediente del alumno especificándose su tipología en cada caso, señalándose el número de créditos, la denominación de "reconocido", así como la calificación previamente obtenida en la materia/asignatura de la titulación de origen. En el caso de que el reconocimiento de créditos lo sea por varias asignaturas de origen, la calificación a otorgar en la UCV será la calificación media ponderada de las calificaciones consideradas en función de los créditos de éstas.

En el caso de estudios de grado, las materias de formación básica superadas en origen que sean objeto de reconocimiento en su totalidad por las de formación básica en la UCV, mantendrán la denominación de origen.

Una vez incorporadas al expediente académico, serán consideradas para la obtención de la calificación media del mismo a excepción de los créditos reconocidos por actividades universitarias, experiencia laboral o profesional, o por enseñanzas universitarias no oficiales, que serán incorporados al expediente del interesado a los efectos que señala el artículo 6.3 del Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, modificado por el Real Decreto 861/2010, de 2 de julio.

Artículo 11.#Reglas de reconocimiento de créditos.

Las resoluciones de reconocimientos de créditos establecidas en base a lo señalado anteriormente se considerarán como reglas precedentes para que sean aplicadas directamente por las Comisiones Académicas de Título (CAT) de las distintas Facultades para atender nuevas solicitudes que coincidan con las mismas situaciones académicas, sin precisar de nuevo estudio.

De igual forma se establecerán reglas, respecto de las solicitudes de reconocimientos de créditos que sean denegadas.

Artículo 12.#Reclamaciones sobre las resoluciones de reconocimiento de créditos.

Contra la resolución de reconocimiento de créditos el alumno podrá presentar recurso ante el Rector de la UCV.

Capítulo VI

Procedimiento general para efectuar la transferencia de créditos

Artículo 13.#Proceso académico de transferencia.

1. Se procederá a incluir en el expediente académico la totalidad de los créditos obtenidos por los alumnos procedentes de otras enseñanzas oficiales cursadas con

anterioridad, en la misma u otra universidad, que no hayan conducido a la obtención de un título oficial.

2. La transferencia de créditos requiere la acreditación del expediente académico correspondiente y se realizará con posterioridad a la verificación de que los créditos superados no han sido reconocidos.

Artículo 14.#Reclamaciones sobre las resoluciones de transferencia de créditos.

El alumno que considere que no ha sido correctamente efectuada la transferencia de créditos en su expediente académico o aprecie algún error en la misma, podrá comunicarlo a la Secretaría correspondiente de la Facultad a la que se adscriba el título oficial.

Capítulo VII Procedimiento general para efectuar la adaptación de créditos Artículo 15.#Proceso académico de adaptaciones.

1 El procedimiento de adaptación se iniciará siempre a instancia del interesado.

2 Se procederá a la adaptación de las asignaturas superadas en el plan de origen por las correspondientes de la titulación de destino previstas en la tabla de adaptación.

La resolución de adaptaciones deberá incluir el conjunto de asignaturas superadas en la titulación de origen y las equivalentes de destino.

Artículo 16.#Reclamaciones sobre las resoluciones de adaptación de créditos.

El alumno que considere que no ha sido correctamente efectuada la adaptación de créditos en su expediente académico o aprecie algún error en la misma, podrá presentar recurso ante el Rector de la UCV.

Capítulo VIII Suplemento Europeo al Título Artículo 16.#Incorporación de los créditos obtenidos en el Suplemento Europeo al Título.

Todos los créditos obtenidos por el estudiante en enseñanzas oficiales cursadas en cualquier universidad, los transferidos, los reconocidos y los superados para la obtención del correspondiente título, serán incluidos en su expediente académico y reflejados en el Suplemento Europeo al Título, regulado en el Real Decreto 1044/2003, de 1 de agosto, por el que se establece el procedimiento para la expedición por las universidades del Suplemento Europeo al Título.

Quedan derogadas todas aquellas normas de igual o inferior rango que opongan a lo establecido en este Reglamento.

Disposición Final. Entrada en vigor.

El presente Reglamento entrará en vigor al día siguiente de su aprobación por el Consejo de Gobierno de la Universidad Católica de Valencia "San Vicente Mártir".

En Valencia, a 27 de mayo de 2011.

#### 4.6 COMPLEMENTOS FORMATIVOS

## 5. PLANIFICACIÓN DE LAS ENSEÑANZAS

<b>5.1 DESCRIPCIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS</b>
Ver Apartado 5: Anexo 1.
<b>5.2 ACTIVIDADES FORMATIVAS</b>
Clase presencial
Clases prácticas
Seminario
Exposición de trabajos en grupo
Tutoría
Evaluación presencial
Trabajo en grupo
Trabajo individual
Sesión virtual síncrona
Sesión práctica virtual síncrona
Seminario y videoconferencia virtual síncrona
Foros de discusión
Actividades de evaluación continua
<b>5.3 METODOLOGÍAS DOCENTES</b>
Exposición de contenidos por parte del profesor, análisis de competencias, explicación y demostración de capacidades, habilidades y conocimientos en el aula.
Sesiones de trabajo grupal supervisadas por el profesor. Estudio de casos de comunicación interna y externa en clave estratégica. Construcción significativa del conocimiento a través de la interacción y actividad del alumno. Análisis crítico sobre valores y compromiso social.
Sesiones monográficas supervisadas con participación compartida.
Aplicación de conocimientos interdisciplinares.
Atención personalizada y en pequeño grupo. Período de instrucción y/o orientación realizado por un tutor, con el objetivo de revisar y discutir los materiales y temas presentados en las clases, seminarios, lecturas, realización de trabajos, etc.
Conjunto de pruebas orales y/o escritas empleadas en la evaluación inicial, formativa o sumativa del alumno.
Preparación en grupo de lecturas, ensayos, resolución de problemas, seminarios, trabajos, memorias, etc., para exponer o entregar en las clases teóricas, clases prácticas y/o tutorías de pequeño grupo.
Estudio del alumno: preparación individual de lecturas, ensayos, resolución de problemas, seminarios, trabajos, memorias, etc., para exponer o entregar en las clases teóricas, clases prácticas y/o tutorías de pequeño grupo.
Exposición de contenidos por parte del profesor, análisis de competencias, explicación y demostración de capacidades, habilidades y conocimientos en el aula virtual.
Sesiones de trabajo grupal mediante chat moderado por el profesor. Estudio de casos de comunicación interna y externa en clave estratégica para la construcción del conocimiento a través de la interacción y actividad del alumno. Análisis crítico sobre valores y compromiso social.
Estudio del alumno: preparación individual de lecturas, ensayos, resolución de problemas, seminarios, trabajos, memorias, etc., para su discusión o entrega en formato electrónico.
Atención individual para seguimiento y orientación del proceso de aprendizaje, realizado por un tutor con el objetivo de revisar y discutir los materiales y temas, seminarios, lecturas, realización de trabajos, etc.
Participación y aportaciones a foros de discusión referidos a la materia, moderados por el profesor de la asignatura.
Resolución de problemas, comentarios, memorias, etc. para entregar en plazos a lo largo del curso.
Sesiones monográficas conducentes a la preparación conceptual, procedimental y actitudinal del estudiante para que pueda desarrollar con eficacia su Trabajo Fin de Máster.
Atención tutorizada y en pequeño grupo, con el objeto de dar directrices básicas para la realización del Trabajo Fin de Máster.

Estudio individual y autónomo del alumno para realizar el Trabajo Fin de Máster, presentando avances del mismo en las sucesivas tutorías previstas a tal efecto.		
Sesiones de iniciación a la investigación cualitativa y cuantitativa en ciencias sociales.		
<b>5.4 SISTEMAS DE EVALUACIÓN</b>		
Asistencia y participación en sesiones presenciales.		
Realización de pruebas objetivas en sesiones presenciales.		
Realización de actividades teórico-prácticas.		
Evaluación final presencial.		
Asistencia y participación en actividades de comunicación síncrona.		
Participación en foros de discusión.		
Realización de pruebas objetivas en formato telemático.		
Realización de actividades entregables.		
Asistencia a sesiones prácticas y seminarios conducentes a proporcionar las directrices adecuadas para realizar el Trabajo Fin de Máster.		
Valoración del Trabajo Fin de Máster por un Tribunal constituido en sesión pública por profesores doctores que tendrá en cuenta la originalidad del trabajo, la exposición y defensa del mismo y la generación de valor añadido para el desarrollo de la investigación en Ciencias Sociales.		
<b>5.5 NIVEL 1: Módulo 1</b>		
<b>5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1</b>		
<b>NIVEL 2: Materia 1</b>		
<b>5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2</b>		
<b>CARÁCTER</b>	OBLIGATORIA	
<b>ECTS NIVEL 2</b>	12	
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral</b>		
<b>ECTS Cuatrimestral 1</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 2</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 3</b>
12		
<b>ECTS Cuatrimestral 4</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 5</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 6</b>
<b>ECTS Cuatrimestral 7</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 8</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 9</b>
<b>ECTS Cuatrimestral 10</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 11</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	No	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	No
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>NIVEL 3: Asignatura 1</b>		
<b>5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
OBLIGATORIA	12	Cuatrimestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
<b>ECTS Cuatrimestral 1</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 2</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 3</b>
12		

<b>ECTS Cuatrimestral 4</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 5</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 6</b>
<b>ECTS Cuatrimestral 7</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 8</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 9</b>
<b>ECTS Cuatrimestral 10</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 11</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	No	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	No
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b>		
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Conocer los fundamentos de la Comunicación Institucional.</li> <li>2. Conocer los fundamentos del Marketing Político.</li> <li>3. Comprender la importancia de la visión estratégica de la organización y de su misión corporativa, como marco de referencia para la planificación y desarrollo de las estrategias de marketing y comunicación.</li> <li>4. Analizar los métodos de auditoría, planificación, gestión y evaluación del Plan de Comunicación y Marketing.</li> <li>5. Comprender el papel de la comunicación como parte estratégica de la gestión y la prevención de situaciones de crisis.</li> <li>6. Analizar la función de la Responsabilidad Social Corporativa y la definición de la Cultura Corporativa en contextos institucionales y políticos.</li> </ol>		
<b>5.5.1.3 CONTENIDOS</b>		
<p>El Módulo 1 lleva por título "Fundamentos de la Comunicación Institucional y el Marketing Político" y contiene una única materia (ofertada en el primer cuatrimestre), denominada: "Principios y estrategias de Comunicación Institucional y Marketing Político", y una única asignatura del mismo nombre, que consta de 12 ECTS y que tiene como contenidos básicos los siguientes:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Fundamentos de la Comunicación Institucional: <ol style="list-style-type: none"> <li>1.1. Comunicación en instituciones públicas y privadas.</li> <li>1.2. Comunicación interna y externa.</li> <li>1.3. La gestión de las relaciones con los medios de comunicación.</li> <li>1.4. Del director de comunicación al consultor político: perfil, funciones y deontología profesional.</li> </ol> </li> <li>2. Fundamentos del Marketing Político: <ol style="list-style-type: none"> <li>2.1. Aproximación conceptual y práctica.</li> <li>2.2. Métodos de investigación social aplicados a la Política.</li> <li>2.3. La hipersegmentación de públicos.</li> <li>2.4. La política antropocéntrica y el marketing 3.0.</li> <li>2.5. La democracia mediática.</li> </ol> </li> <li>3. Visión estratégica y misión corporativa: identidad e imagen corporativa. <ol style="list-style-type: none"> <li>3.1. Estructura organizativa y dirección estratégica.</li> <li>3.2. Modelos de gestión de la imagen corporativa.</li> </ol> </li> <li>4. Planificación estratégica de Comunicación y Marketing en el contexto del plan estratégico global de la organización. <ol style="list-style-type: none"> <li>4.1. La auditoría de imagen.</li> <li>4.2. Método integrado de análisis, planificación, gestión y evaluación del Plan de Comunicación y Marketing.</li> </ol> </li> <li>5. Gestión de crisis: la Comunicación como parte estratégica de la gestión de crisis. <ol style="list-style-type: none"> <li>5.1. Gestión de situaciones de crisis y prevención de asuntos potencialmente conflictivos.</li> <li>5.2. Ventajas del modelo proactivo frente al reactivo.</li> </ol> </li> <li>6. Responsabilidad Social y Cultura Corporativa. Gestión de la RSC y la Cultura Corporativa en contextos institucionales y políticos.</li> </ol>		
<b>5.5.1.4 OBSERVACIONES</b>		
<b>5.5.1.5 COMPETENCIAS</b>		
<b>5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES</b>		
CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación		
CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio		
CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios		
CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades		
CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.		

CG1 - Integrar conceptos y herramientas para formular juicios de valor que tengan en cuenta las responsabilidades sociales y éticas, especialmente en el mundo de la comunicación y el marketing.		
CG2 - Comprender y aprovechar la diversidad cultural para el desempeño personal y profesional de la dirección y gestión del marketing político y la comunicación institucional.		
CG3 - Resolver conflictos en entornos nuevos y multidisciplinarios relacionados con la gestión de la comunicación y el marketing.		
CG4 - Comunicar conclusiones de forma clara y debatir con públicos especializados y no especializados sobre temas de interés y actualidad relacionados con la comunicación y el marketing.		
<b>5.5.1.5.2 TRANSVERSALES</b>		
No existen datos		
<b>5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS</b>		
CE1 - Integrar los fundamentos teóricos y estrategias propias de la comunicación institucional.		
CE2 - Integrar los fundamentos teóricos y estrategias propios del marketing político.		
CE3 - Ser capaz de reconocer el valor de la visión-misión de una organización como marco de referencia para la planificación de su estrategia de comunicación y marketing..		
CE4 - Conocer el método integrado de auditoría, análisis, planificación, gestión y evaluación de un Plan de Comunicación y Marketing.		
CE5 - Tener la capacidad de reconocer y abordar dilemas éticos y sociales del ámbito de la comunicación institucional, lo que incluye cuestiones de deontología profesional y aplicación de valores sociales en la resolución de problemas y selección de alternativas que influyen en la estrategia de comunicación de las organizaciones.		
CE6 - Tener la capacidad de reconocer y abordar dilemas éticos y sociales del ámbito del marketing político y electoral, lo que incluye cuestiones de deontología profesional y aplicación de valores sociales en la resolución de problemas y selección de alternativas que influyen en la estrategia de marketing de las organizaciones políticas.		
<b>5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS</b>		
<b>ACTIVIDAD FORMATIVA</b>	<b>HORAS</b>	<b>PRESENCIALIDAD</b>
Clase presencial	20	100
Clases prácticas	4	100
Seminario	2	100
Exposición de trabajos en grupo	2	100
Tutoría	12	100
Evaluación presencial	4	100
Trabajo en grupo	8	0
Trabajo individual	10	0
Sesión virtual síncrona	8	0
Seminario y videoconferencia virtual síncrona	4	0
Foros de discusión	4	0
Actividades de evaluación continua	60	0
<b>5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES</b>		
Exposición de contenidos por parte del profesor, análisis de competencias, explicación y demostración de capacidades, habilidades y conocimientos en el aula.		
Sesiones de trabajo grupal supervisadas por el profesor. Estudio de casos de comunicación interna y externa en clave estratégica. Construcción significativa del conocimiento a través de la interacción y actividad del alumno. Análisis crítico sobre valores y compromiso social.		
Sesiones monográficas supervisadas con participación compartida.		
Aplicación de conocimientos interdisciplinarios.		
Atención personalizada y en pequeño grupo. Período de instrucción y/o orientación realizado por un tutor, con el objetivo de revisar y discutir los materiales y temas presentados en las clases, seminarios, lecturas, realización de trabajos, etc.		
Conjunto de pruebas orales y/o escritas empleadas en la evaluación inicial, formativa o sumativa del alumno.		

Preparación en grupo de lecturas, ensayos, resolución de problemas, seminarios, trabajos, memorias, etc., para exponer o entregar en las clases teóricas, clases prácticas y/o tutorías de pequeño grupo.		
Estudio del alumno: preparación individual de lecturas, ensayos, resolución de problemas, seminarios, trabajos, memorias, etc., para exponer o entregar en las clases teóricas, clases prácticas y/o tutorías de pequeño grupo.		
Exposición de contenidos por parte del profesor, análisis de competencias, explicación y demostración de capacidades, habilidades y conocimientos en el aula virtual.		
Sesiones de trabajo grupal mediante chat moderado por el profesor. Estudio de casos de comunicación interna y externa en clave estratégica para la construcción del conocimiento a través de la interacción y actividad del alumno. Análisis crítico sobre valores y compromiso social.		
Estudio del alumno: preparación individual de lecturas, ensayos, resolución de problemas, seminarios, trabajos, memorias, etc., para su discusión o entrega en formato electrónico.		
Atención individual para seguimiento y orientación del proceso de aprendizaje, realizado por un tutor con el objetivo de revisar y discutir los materiales y temas, seminarios, lecturas, realización de trabajos, etc.		
Participación y aportaciones a foros de discusión referidos a la materia, moderados por el profesor de la asignatura.		
Resolución de problemas, comentarios, memorias, etc. para entregar en plazos a lo largo del curso.		
Sesiones de iniciación a la investigación cualitativa y cuantitativa en ciencias sociales.		
<b>5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN</b>		
<b>SISTEMA DE EVALUACIÓN</b>	<b>PONDERACIÓN MÍNIMA</b>	<b>PONDERACIÓN MÁXIMA</b>
Asistencia y participación en sesiones presenciales.	0.0	10.0
Realización de pruebas objetivas en sesiones presenciales.	0.0	10.0
Realización de actividades teórico-prácticas.	0.0	10.0
Evaluación final presencial.	0.0	40.0
Asistencia y participación en actividades de comunicación síncrona.	0.0	5.0
Participación en foros de discusión.	0.0	5.0
Realización de pruebas objetivas en formato telemático.	0.0	5.0
Realización de actividades entregables.	0.0	15.0
<b>5.5 NIVEL 1: Módulo 2</b>		
<b>5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1</b>		
<b>NIVEL 2: Materia 1</b>		
<b>5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2</b>		
<b>CARÁCTER</b>	OBLIGATORIA	
<b>ECTS NIVEL 2</b>	12	
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral</b>		
<b>ECTS Cuatrimestral 1</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 2</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 3</b>
12		
<b>ECTS Cuatrimestral 4</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 5</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 6</b>
<b>ECTS Cuatrimestral 7</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 8</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 9</b>
<b>ECTS Cuatrimestral 10</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 11</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	No	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>

No	No	No
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>NIVEL 3: Asignatura 1</b>		
<b>5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
OBLIGATORIA	12	Cuatrimestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
<b>ECTS Cuatrimestral 1</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 2</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 3</b>
12		
<b>ECTS Cuatrimestral 4</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 5</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 6</b>
<b>ECTS Cuatrimestral 7</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 8</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 9</b>
<b>ECTS Cuatrimestral 10</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 11</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	No	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	No
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b>		
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Conocer los fundamentos filosóficos, jurídicos y económicos sobre los que se sustenta la teoría de la acción política.</li> <li>2. Entender el proceso evolutivo de la sociedad y el papel de la comunicación en el contexto de la globalización.</li> <li>3. Conocer los principios y agentes de la acción política y la participación pública.</li> <li>4. Entender los comportamientos electorales y los principios de formación de la opinión pública.</li> <li>5. Analizar las herramientas y los usos de la Política 2.0.</li> </ol>		
<b>5.5.1.3 CONTENIDOS</b>		
<p>El Módulo 2 se denomina: "Acción política y Ciudadanía", de 12 ECTS. Se oferta en el primer cuatrimestre y se compone de una única materia, que lleva por título: "Teoría y metodología avanzada de la acción política y la participación ciudadana", y de una única asignatura del mismo nombre que cuenta con 12 ECTS, y que tiene por contenidos los siguientes:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Fundamentos filosóficos, jurídicos y económicos de la acción política: <ol style="list-style-type: none"> <li>1.1. Políticas públicas nacionales e internacionales.</li> <li>1.2. Estado, Identidad y Nación.</li> </ol> </li> <li>2. Teoría de la Sociedad: proceso evolutivo de la Sociedad: <ol style="list-style-type: none"> <li>2.1. Tecnología y cambio social.</li> <li>2.2. La Globalización y el fenómeno de lo "Glocal".</li> <li>2.3. Teoría de la comunicación y la acción política.</li> <li>2.4. Persona y Sociedad.</li> </ol> </li> <li>3. Acción política y gobernanza democrática: <ol style="list-style-type: none"> <li>3.1. Ideologías y acción política.</li> <li>3.2. Los agentes políticos.</li> <li>3.3. Liderazgo y participación pública.</li> </ol> </li> <li>4. Opinión pública y sociología electoral: <ol style="list-style-type: none"> <li>4.1. Comportamientos electorales.</li> <li>4.2. La nueva ágora: política y medios de comunicación.</li> <li>4.3. Política 2.0.</li> </ol> </li> </ol>		
<b>5.5.1.4 OBSERVACIONES</b>		
<b>5.5.1.5 COMPETENCIAS</b>		
<b>5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES</b>		

CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación		
CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio		
CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios		
CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades		
CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.		
CG1 - Integrar conceptos y herramientas para formular juicios de valor que tengan en cuenta las responsabilidades sociales y éticas, especialmente en el mundo de la comunicación y el marketing.		
CG4 - Comunicar conclusiones de forma clara y debatir con públicos especializados y no especializados sobre temas de interés y actualidad relacionados con la comunicación y el marketing.		
CG8 - Integrar conceptos y herramientas para formular juicios de valor sobre los fundamentos teóricos básicos de la acción política.		
CG9 - Integrar conceptos y herramientas para formular juicios de valor sobre los fundamentos del liderazgo y la participación pública.		
<b>5.5.1.5.2 TRANSVERSALES</b>		
No existen datos		
<b>5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS</b>		
CE7 - Ser capaz de interiorizar y debatir públicamente un juicio crítico acerca de los fundamentos filosóficos de la acción política sobre los que se fundamentan las políticas públicas.		
CE8 - Ser capaz de interiorizar y debatir públicamente un juicio crítico acerca de los fundamentos jurídicos de la acción política sobre los que se fundamentan las políticas públicas.		
CE9 - Ser capaz de interiorizar y debatir públicamente un juicio crítico acerca de los fundamentos económicos de la acción política sobre los que se fundamentan las políticas públicas.		
CE10 - Adquirir conocimientos especializados acerca de los fundamentos de la sociología electoral sobre los que se asienta la formación de la opinión pública y el comportamiento electoral.		
CE11 - Adquirir conocimientos especializados sobre los fundamentos del liderazgo y la participación pública.		
CE14 - Conocer los fundamentos teóricos del proceso evolutivo de la sociedad.		
CE15 - Ser capaz de interiorizar y debatir públicamente un juicio crítico sobre el papel de los medios de comunicación ante el fenómeno Global y Glocal.		
<b>5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS</b>		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Clase presencial	20	100
Clases prácticas	8	100
Seminario	4	100
Exposición de trabajos en grupo	4	100
Tutoría	24	100
Evaluación presencial	4	100
Trabajo en grupo	10	0
Trabajo individual	16	0
Sesión virtual síncrona	8	0
Sesión práctica virtual síncrona	8	0
Seminario y videoconferencia virtual síncrona	8	0
Foros de discusión	6	0

<b>5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES</b>		
Exposición de contenidos por parte del profesor, análisis de competencias, explicación y demostración de capacidades, habilidades y conocimientos en el aula.		
Sesiones de trabajo grupal supervisadas por el profesor. Estudio de casos de comunicación interna y externa en clave estratégica. Construcción significativa del conocimiento a través de la interacción y actividad del alumno. Análisis crítico sobre valores y compromiso social.		
Sesiones monográficas supervisadas con participación compartida.		
Aplicación de conocimientos interdisciplinares.		
Atención personalizada y en pequeño grupo. Período de instrucción y/o orientación realizado por un tutor, con el objetivo de revisar y discutir los materiales y temas presentados en las clases, seminarios, lecturas, realización de trabajos, etc.		
Conjunto de pruebas orales y/o escritas empleadas en la evaluación inicial, formativa o sumativa del alumno.		
Preparación en grupo de lecturas, ensayos, resolución de problemas, seminarios, trabajos, memorias, etc., para exponer o entregar en las clases teóricas, clases prácticas y/o tutorías de pequeño grupo.		
Estudio del alumno: preparación individual de lecturas, ensayos, resolución de problemas, seminarios, trabajos, memorias, etc., para exponer o entregar en las clases teóricas, clases prácticas y/o tutorías de pequeño grupo.		
Exposición de contenidos por parte del profesor, análisis de competencias, explicación y demostración de capacidades, habilidades y conocimientos en el aula virtual.		
Sesiones de trabajo grupal mediante chat moderado por el profesor. Estudio de casos de comunicación interna y externa en clave estratégica para la construcción del conocimiento a través de la interacción y actividad del alumno. Análisis crítico sobre valores y compromiso social.		
Estudio del alumno: preparación individual de lecturas, ensayos, resolución de problemas, seminarios, trabajos, memorias, etc., para su discusión o entrega en formato electrónico.		
Atención individual para seguimiento y orientación del proceso de aprendizaje, realizado por un tutor con el objetivo de revisar y discutir los materiales y temas, seminarios, lecturas, realización de trabajos, etc.		
Participación y aportaciones a foros de discusión referidos a la materia, moderados por el profesor de la asignatura.		
Resolución de problemas, comentarios, memorias, etc. para entregar en plazos a lo largo del curso.		
Sesiones de iniciación a la investigación cualitativa y cuantitativa en ciencias sociales.		
<b>5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN</b>		
<b>SISTEMA DE EVALUACIÓN</b>	<b>PONDERACIÓN MÍNIMA</b>	<b>PONDERACIÓN MÁXIMA</b>
Asistencia y participación en sesiones presenciales.	0.0	10.0
Realización de pruebas objetivas en sesiones presenciales.	0.0	10.0
Realización de actividades teórico-prácticas.	0.0	10.0
Evaluación final presencial.	0.0	40.0
Asistencia y participación en actividades de comunicación síncrona.	0.0	5.0
Participación en foros de discusión.	0.0	5.0
Realización de pruebas objetivas en formato telemático.	0.0	5.0
Realización de actividades entregables.	0.0	15.0
<b>5.5 NIVEL 1: Módulo 3</b>		
<b>5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1</b>		
<b>NIVEL 2: Materia 1</b>		
<b>5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2</b>		
<b>CARÁCTER</b>	OBLIGATORIA	
<b>ECTS NIVEL 2</b>	12	
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral</b>		

ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
	12	
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Asignatura 1		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
OBLIGATORIA	12	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
	12	
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Conocer las especificidades de la planificación estratégica de comunicación en contextos institucionales y de gobernanza pública.</li> <li>2. Analizar las herramientas y usos de la Comunicación 3.0 en contextos institucionales y de gobernanza pública.</li> <li>3. Entender y valorar la función de las relaciones públicas e institucionales en contextos de gobernanza pública.</li> <li>4. Comprender las oportunidades y riesgos de la práctica del lobbying sobre la Administración.</li> <li>5. Conocer los protocolos de organización y gestión de eventos corporativos de corte institucional y en contextos gubernamentales.</li> </ol>		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<p>El Módulo 3 lleva por título: "Comunicación y Marketing de Gobierno e Institucional", de 12 ECTS. Consta de una única materia ofertada en el segundo cuatrimestre, que se denomina: "Dirección y gestión de Comunicación y Marketing Institucional y Gubernamental", y de una asignatura del mismo nombre, de 12 ECTS, que tiene por contenidos los siguientes:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Concepción, desarrollo y especificidades del plan de comunicación y marketing en contextos institucionales y de gobierno: planificación, gestión y evaluación.</li> <li>2. Políticas públicas y Ciberdemocracia. Comunicación 3.0: estrategia de gestión y comunicación pública a través de redes sociales institucionales y gubernamentales.</li> <li>3. Publicidad y Medios: características del lenguaje publicitario.</li> </ol>		

- 3.1. La planificación de medios en contextos gubernamentales.
- 3.2. El potencial del patrocinio y el mecenazgo como herramienta corporativa y comercial en la Administración Pública.
4. Relaciones públicas y Lobbying:
  - 4.1. Valor y gestión de las relaciones públicas e institucionales en la Administración.
  - 4.2. Concepto, oportunidades y riesgos del lobbyng sobre la Administración.
5. Protocolo y eventos: organización y desarrollo de eventos corporativos de corte institucional y en contextos gubernamentales.

#### 5.5.1.4 OBSERVACIONES

#### 5.5.1.5 COMPETENCIAS

##### 5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación

CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio

CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios

CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades

CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

CG1 - Integrar conceptos y herramientas para formular juicios de valor que tengan en cuenta las responsabilidades sociales y éticas, especialmente en el mundo de la comunicación y el marketing.

CG3 - Resolver conflictos en entornos nuevos y multidisciplinares relacionados con la gestión de la comunicación y el marketing.

CG4 - Comunicar conclusiones de foma clara y debatir con públicos especializados y no especializados sobre temas de interés y actualidad relacionados con la comunicación y el marketing.

CG7 - Capacidad de análisis y de síntesis, integrando información y conocimientos procedentes de distintas áreas funcionales y entornos competitivos para emitir informes de asesoramiento sobre situaciones concretas relacionadas con la comunicación institucional y el marketing político.

##### 5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

##### 5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE13 - Conocer las estrategias y herramientas de Comunicación 3.0 aplicadas a contextos políticos y de gobernanza pública.

CE17 - Conocer los protocolos de organización y gestión de eventos corporativos de corte institucional y en contextos gubernamentales.

CE20 - Ser capaz de interiorizar y discernir públicamente acerca de las oportunidades y riesgos del lobbyng sobre la Administración Pública.

#### 5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Clase presencial	20	100
Clases prácticas	8	100
Seminario	4	100
Exposición de trabajos en grupo	4	100
Tutoría	24	100
Evaluación presencial	4	100
Trabajo en grupo	10	0
Trabajo individual	16	0
Sesión virtual síncrona	8	0
Sesión práctica virtual síncrona	8	0
Seminario y videoconferencia virtual síncrona	6	0

Foros de discusión	4	0
Actividades de evaluación continua	16	0
<b>5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES</b>		
Exposición de contenidos por parte del profesor, análisis de competencias, explicación y demostración de capacidades, habilidades y conocimientos en el aula.		
Sesiones de trabajo grupal supervisadas por el profesor. Estudio de casos de comunicación interna y externa en clave estratégica. Construcción significativa del conocimiento a través de la interacción y actividad del alumno. Análisis crítico sobre valores y compromiso social.		
Sesiones monográficas supervisadas con participación compartida.		
Aplicación de conocimientos interdisciplinares.		
Atención personalizada y en pequeño grupo. Período de instrucción y/o orientación realizado por un tutor, con el objetivo de revisar y discutir los materiales y temas presentados en las clases, seminarios, lecturas, realización de trabajos, etc.		
Conjunto de pruebas orales y/o escritas empleadas en la evaluación inicial, formativa o sumativa del alumno.		
Preparación en grupo de lecturas, ensayos, resolución de problemas, seminarios, trabajos, memorias, etc., para exponer o entregar en las clases teóricas, clases prácticas y/o tutorías de pequeño grupo.		
Resolución de problemas, comentarios, memorias, etc. para entregar en plazos a lo largo del curso.		
Sesiones de iniciación a la investigación cualitativa y cuantitativa en ciencias sociales.		
<b>5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN</b>		
<b>SISTEMA DE EVALUACIÓN</b>	<b>PONDERACIÓN MÍNIMA</b>	<b>PONDERACIÓN MÁXIMA</b>
Asistencia y participación en sesiones presenciales.	0.0	10.0
Realización de pruebas objetivas en sesiones presenciales.	0.0	10.0
Realización de actividades teórico-prácticas.	0.0	10.0
Evaluación final presencial.	0.0	40.0
Asistencia y participación en actividades de comunicación síncrona.	0.0	5.0
Participación en foros de discusión.	0.0	5.0
Realización de pruebas objetivas en formato telemático.	0.0	5.0
Realización de actividades entregables.	0.0	15.0
<b>5.5 NIVEL 1: Módulo 4</b>		
<b>5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1</b>		
<b>NIVEL 2: Materia 1</b>		
<b>5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2</b>		
<b>CARÁCTER</b>	OBLIGATORIA	
<b>ECTS NIVEL 2</b>	12	
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral</b>		
<b>ECTS Cuatrimestral 1</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 2</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 3</b>
	12	
<b>ECTS Cuatrimestral 4</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 5</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 6</b>
<b>ECTS Cuatrimestral 7</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 8</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 9</b>
<b>ECTS Cuatrimestral 10</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 11</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>

Sí	No	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	No
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>NIVEL 3: Asignatura 1</b>		
<b>5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
OBLIGATORIA	12	Cuatrimestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
<b>ECTS Cuatrimestral 1</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 2</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 3</b>
	12	
<b>ECTS Cuatrimestral 4</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 5</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 6</b>
<b>ECTS Cuatrimestral 7</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 8</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 9</b>
<b>ECTS Cuatrimestral 10</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 11</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	No	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	No
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b>		
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Conocer las técnicas y herramientas propias de la consultoría política.</li> <li>2. Analizar las estrategias de liderazgo político.</li> <li>3. Conocer las estrategias de fidelización electoral.</li> <li>4. Comprender el papel y los resortes de la comunicación eficaz y el valor de la comunicación no verbal en el discurso político.</li> <li>5. Conocer las rutinas de producción y desarrollo de una campaña electoral.</li> <li>6. Conocer las especificidades de la planificación estratégica de comunicación en contextos político-electorales.</li> <li>7. Conocer los protocolos específicos de organización y gestión de eventos corporativos en contextos político-electorales.</li> <li>8. Conocer las alternativas de financiación electoral.</li> <li>9. Reflexionar sobre la función de los laboratorios de ideas políticas y su implementación en los programas electorales.</li> </ol>		
<b>5.5.1.3 CONTENIDOS</b>		
<p>El Módulo 4 lleva por título: "Comunicación y Marketing político electoral", de 12 ECTS. Consta de una única materia ofertada en el segundo cuatrimestre, que se denomina: "Dirección y gestión de Comunicación y Marketing político-electoral", y de una asignatura del mismo nombre, de 12 ECTS, que tiene por contenidos los siguientes:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Consultoría política: técnicas y herramientas. <ol style="list-style-type: none"> <li>1.1. El candidato: estrategias de liderazgo político.</li> <li>1.2. El electorado: estrategias de fidelización.</li> <li>1.3. Formación de portavoces.</li> <li>1.4. Comunicación verbal y no verbal.</li> </ol> </li> <li>2. Planificación y dirección de campañas electorales. <ol style="list-style-type: none"> <li>2.1. Pre-campaña, campaña y post-campaña: laboratorio de ideas.</li> <li>2.2. Gestión de equipos, medios y tiempos.</li> <li>2.3. Financiación electoral.</li> <li>2.4. Campaña permanente.</li> </ol> </li> <li>3. Concepción, desarrollo y especificidades del plan de comunicación y marketing en contextos político-electorales.</li> <li>4. Protocolo y eventos: organización y desarrollo de eventos corporativos en contextos político-electorales.</li> </ol>		
<b>5.5.1.4 OBSERVACIONES</b>		
<b>5.5.1.5 COMPETENCIAS</b>		

<b>5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES</b>		
CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación		
CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio		
CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios		
CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades		
CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.		
CG3 - Resolver conflictos en entornos nuevos y multidisciplinares relacionados con la gestión de la comunicación y el marketing.		
CG4 - Comunicar conclusiones de forma clara y debatir con públicos especializados y no especializados sobre temas de interés y actualidad relacionados con la comunicación y el marketing.		
<b>5.5.1.5.2 TRANSVERSALES</b>		
No existen datos		
<b>5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS</b>		
CE12 - Conocer las técnicas de organización, desarrollo y evaluación ejecutables en el desarrollo de campañas electorales.		
CE16 - Ser capaz de interiorizar y debatir públicamente un juicio crítico sobre la función de los laboratorios de ideas de partidos políticos y su implementación en los programas electorales.		
CE18 - Conocer los protocolos de organización y gestión de eventos corporativos de corte institucional y en contextos político-electorales.		
<b>5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS</b>		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Clase presencial	20	100
Clases prácticas	4	100
Seminario	8	100
Exposición de trabajos en grupo	2	100
Tutoría	20	100
Evaluación presencial	4	100
Trabajo en grupo	10	0
Trabajo individual	30	0
Sesión virtual síncrona	8	0
Sesión práctica virtual síncrona	8	0
Seminario y videoconferencia virtual síncrona	6	0
Foros de discusión	6	0
Actividades de evaluación continua	4	0
<b>5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES</b>		
Exposición de contenidos por parte del profesor, análisis de competencias, explicación y demostración de capacidades, habilidades y conocimientos en el aula.		
Sesiones de trabajo grupal supervisadas por el profesor. Estudio de casos de comunicación interna y externa en clave estratégica. Construcción significativa del conocimiento a través de la interacción y actividad del alumno. Análisis crítico sobre valores y compromiso social.		
Sesiones monográficas supervisadas con participación compartida.		
Aplicación de conocimientos interdisciplinares.		

Atención personalizada y en pequeño grupo. Período de instrucción y/o orientación realizado por un tutor, con el objetivo de revisar y discutir los materiales y temas presentados en las clases, seminarios, lecturas, realización de trabajos, etc.		
Conjunto de pruebas orales y/o escritas empleadas en la evaluación inicial, formativa o sumativa del alumno.		
Preparación en grupo de lecturas, ensayos, resolución de problemas, seminarios, trabajos, memorias, etc., para exponer o entregar en las clases teóricas, clases prácticas y/o tutorías de pequeño grupo.		
Estudio del alumno: preparación individual de lecturas, ensayos, resolución de problemas, seminarios, trabajos, memorias, etc., para exponer o entregar en las clases teóricas, clases prácticas y/o tutorías de pequeño grupo.		
Exposición de contenidos por parte del profesor, análisis de competencias, explicación y demostración de capacidades, habilidades y conocimientos en el aula virtual.		
Sesiones de trabajo grupal mediante chat moderado por el profesor. Estudio de casos de comunicación interna y externa en clave estratégica para la construcción del conocimiento a través de la interacción y actividad del alumno. Análisis crítico sobre valores y compromiso social.		
Estudio del alumno: preparación individual de lecturas, ensayos, resolución de problemas, seminarios, trabajos, memorias, etc., para su discusión o entrega en formato electrónico.		
Atención individual para seguimiento y orientación del proceso de aprendizaje, realizado por un tutor con el objetivo de revisar y discutir los materiales y temas, seminarios, lecturas, realización de trabajos, etc.		
Participación y aportaciones a foros de discusión referidos a la materia, moderados por el profesor de la asignatura.		
Resolución de problemas, comentarios, memorias, etc. para entregar en plazos a lo largo del curso.		
Sesiones de iniciación a la investigación cualitativa y cuantitativa en ciencias sociales.		
<b>5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN</b>		
<b>SISTEMA DE EVALUACIÓN</b>	<b>PONDERACIÓN MÍNIMA</b>	<b>PONDERACIÓN MÁXIMA</b>
Asistencia y participación en sesiones presenciales.	0.0	10.0
Realización de pruebas objetivas en sesiones presenciales.	0.0	10.0
Realización de actividades teórico-prácticas.	0.0	10.0
Evaluación final presencial.	0.0	40.0
Asistencia y participación en actividades de comunicación síncrona.	0.0	5.0
Participación en foros de discusión.	0.0	5.0
Realización de pruebas objetivas en formato telemático.	0.0	5.0
Realización de actividades entregables.	0.0	15.0
<b>5.5 NIVEL 1: Módulo 5</b>		
<b>5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1</b>		
<b>NIVEL 2: Materia 1</b>		
<b>5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2</b>		
<b>CARÁCTER</b>	OBLIGATORIA	
<b>ECTS NIVEL 2</b>	12	
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL: Anual</b>		
<b>ECTS Anual 1</b>	<b>ECTS Anual 2</b>	<b>ECTS Anual 3</b>
12		
<b>ECTS Anual 4</b>	<b>ECTS Anual 5</b>	<b>ECTS Anual 6</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	No	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>

No	No	No
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>NIVEL 3: Trabajo Fin de Máster</b>		
<b>5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
OBLIGATORIA	12	Cuatrimestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
<b>ECTS Cuatrimestral 1</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 2</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 3</b>
	12	
<b>ECTS Cuatrimestral 4</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 5</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 6</b>
<b>ECTS Cuatrimestral 7</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 8</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 9</b>
<b>ECTS Cuatrimestral 10</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 11</b>	<b>ECTS Cuatrimestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	No	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	No
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b>		
<p>1. Elaborar un Plan Estratégico de Comunicación y Marketing aplicado a una organización que pertenezca a uno de los siguientes ámbitos:  a.- Institucional-Gubernamental.  b.- Político-Electoral.  2. Defensa oral del mismo.</p>		
<b>5.5.1.3 CONTENIDOS</b>		
<p>El Módulo 5 lleva por título: "Trabajo Fin de Máster", de 12 ECTS. Consta de una única materia de carácter anual y de una asignatura, denominadas ambas: "Trabajo Fin de Máster", que tienen por contenidos los siguientes:  - Realización de un proyecto final de máster en el que se desarrolle un Plan de Comunicación y Marketing aplicado a una organización con fines gubernamentales o electorales.</p>		
<b>5.5.1.4 OBSERVACIONES</b>		
<b>5.5.1.5 COMPETENCIAS</b>		
<b>5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES</b>		
CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación		
CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio		
CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios		
CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades		

CG5 - Ser capaz de mostrar un espíritu emprendedor para integrar en un trabajo fin de máster los conocimientos y las habilidades que exige la gestión de comunicación institucional y el marketing político.		
CG6 - Integrar las capacidades de aprendizaje que permitan continuar la formación de un modo autónomo y autodirigido.		
<b>5.5.1.5.2 TRANSVERSALES</b>		
No existen datos		
<b>5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS</b>		
CE5 - Tener la capacidad de reconocer y abordar dilemas éticos y sociales del ámbito de la comunicación institucional, lo que incluye cuestiones de deontología profesional y aplicación de valores sociales en la resolución de problemas y selección de alternativas que influyen en la estrategia de comunicación de las organizaciones.		
CE6 - Tener la capacidad de reconocer y abordar dilemas éticos y sociales del ámbito del marketing político y electoral, lo que incluye cuestiones de deontología profesional y aplicación de valores sociales en la resolución de problemas y selección de alternativas que influyen en la estrategia de marketing de las organizaciones políticas.		
CE19 - Ser capaz de integrar en un proyecto fin de máster los conocimientos y las habilidades desarrolladas a lo largo del programa.		
<b>5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS</b>		
<b>ACTIVIDAD FORMATIVA</b>	<b>HORAS</b>	<b>PRESENCIALIDAD</b>
Seminario	7,5	100
Tutoría	12,5	100
Evaluación presencial	10	100
Trabajo individual	270	0
<b>5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES</b>		
Sesiones monográficas conducentes a la preparación conceptual, procedimental y actitudinal del estudiante para que pueda desarrollar con eficacia su Trabajo Fin de Máster.		
Atención tutorizada y en pequeño grupo, con el objeto de dar directrices básicas para la realización del Trabajo Fin de Máster.		
Estudio individual y autónomo del alumno para realizar el Trabajo Fin de Máster, presentando avances del mismo en las sucesivas tutorías previstas a tal efecto.		
Sesiones de iniciación a la investigación cualitativa y cuantitativa en ciencias sociales.		
<b>5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN</b>		
<b>SISTEMA DE EVALUACIÓN</b>	<b>PONDERACIÓN MÍNIMA</b>	<b>PONDERACIÓN MÁXIMA</b>
Asistencia a sesiones prácticas y seminarios conducentes a proporcionar las directrices adecuadas para realizar el Trabajo Fin de Máster.	0.0	20.0
Valoración del Trabajo Fin de Máster por un Tribunal constituido en sesión pública por profesores doctores que tendrá en cuenta la originalidad del trabajo, la exposición y defensa del mismo y la generación de valor añadido para el desarrollo de la investigación en Ciencias Sociales.	0.0	80.0

## 6. PERSONAL ACADÉMICO

6.1 PROFESORADO Y OTROS RECURSOS HUMANOS				
Universidad	Categoría	Total %	Doctores %	Horas %
Universidad Católica de Valencia San Vicente Mártir	Catedrático de Universidad	27.0	100.0	60.0
Universidad Católica de Valencia San Vicente Mártir	Otro personal docente con contrato laboral	73.0	0.0	40.0
PERSONAL ACADÉMICO				
Ver Apartado 6: Anexo 1.				
6.2 OTROS RECURSOS HUMANOS				
Ver Apartado 6: Anexo 2.				

## 7. RECURSOS MATERIALES Y SERVICIOS

Justificación de que los medios materiales disponibles son adecuados: Ver Apartado 7: Anexo 1.

## 8. RESULTADOS PREVISTOS

8.1 ESTIMACIÓN DE VALORES CUANTITATIVOS		
TASA DE GRADUACIÓN %	TASA DE ABANDONO %	TASA DE EFICIENCIA %
70	10	80
CODIGO	TASA	VALOR %
No existen datos		
Justificación de los Indicadores Propuestos:		
Ver Apartado 8: Anexo 1.		
8.2 PROCEDIMIENTO GENERAL PARA VALORAR EL PROCESO Y LOS RESULTADOS		

### 8.2. Progreso y resultados de aprendizaje

En este apartado, se describe el procedimiento de la Universidad Católica de Valencia "San Vicente Mártir" a utilizarse específicamente para el Máster Universitario en Marketing Político y Comunicación Institucional, con objeto de valorar el progreso y los resultados de aprendizaje de los estudiantes, así como el seguimiento de los egresados después de su titulación.

Para la descripción del progreso y resultado del aprendizaje se pueden considerar los siguientes procedimientos e indicadores de evidencias de los mismos:

- Evidencias de metodología docente y de evaluación modular.
- Evidencias del progreso y resultados de aprendizaje del alumnado.
- Evidencias sobre el Trabajo Fin de Máster.
- Evidencias del seguimiento profesional de los egresados.

#### 8.2.1. Evidencias de metodología docente y de evaluación modular

El Plan de Estudios del Máster Universitario en Marketing Político y Comunicación Institucional, en referencia tanto al proceso de selección de objetivos, contenidos, competencias y metodología docente, como al de la evaluación del alumnado, va a seguir un **procedimiento modular**. Esto requiere de la participación e interacción en la toma de decisiones del personal docente que representa el módulo competencial, con sus respectivas materias y asignaturas. Entre los **indicadores** que objetivan las evidencias se encuentran los siguientes:

a) Las **evidencias** que se utilizan como indicadores referirán el levantamiento de **acta de las sesiones** de participación, valoración y decisiones del profesorado, respecto a la metodología docente y de evaluación modular, y se concentrarán en puntuaciones de valoración que reflejen porcentualmente el trabajo del alumno para la consecución de sus competencias.

b) Los bloques de contenidos formativos cuentan con documentos que contienen los elementos básicos de **evaluación del alumnado sobre su progreso y resultados de aprendizaje**.

c) Se concretan mecanismos de **reunión, participación y toma de decisiones** que permiten la coordinación entre bloques de contenidos formativos con documentos que permiten evidenciarlos.

#### 8.2.2. Evidencias del progreso y resultados de aprendizaje del alumnado.

La formación en el Máster Universitario en Marketing Político y Comunicación Institucional contemplará la participación del alumnado en la mejora de su proceso de enseñanza-aprendizaje. En este sentido, se utilizarán distintas dinámicas, estrategias y técnicas que sirven al objeto de valorar y mejorar el progreso y los resultados de aprendizaje de los estudiantes, entre cuyos indicadores destacan:

a) Participación del alumnado de nuevo ingreso en los programas de acogida

La elaboración de su perfil académico. Se basa en la respuesta a **técnicas cuantitativas** (cuestionarios sobre el perfil académico de ingreso), y en **técnicas cualitativas** (dinámica de grupos y entrevistas personales sobre el perfil y las necesidades académicas del alumno de nuevo ingreso).

b) Participación bidireccional en la valoración del profesorado y el alumnado

Se utilizan **técnicas de cuestionarios** en las cuales, el claustro del profesorado del Máster valorará al alumnado acerca de su percepción sobre variables como niveles de asistencia, participación, búsqueda y tratamiento de la información, aprendizaje, capacidad de análisis e interpretación, comunicación y respeto en el aula. Los datos recogidos sirven de *feedback* para mejorar los procesos de enseñanza/aprendizaje y son retornados al alumnado para que éste también realice una valoración cuantitativa en respuesta a preguntas de cuestionarios sobre las variables antes citadas.

En lo referente al profesorado, a la organización académica y a la infraestructura, la valoración también se realiza **desde la perspectiva del alumnado**. Finalmente, el uso de **técnicas cuantitativas** se combina con **técnicas cualitativas** que promueven las dinámicas de grupo, tanto con profesores como con alumnos, coordinados por la figura de un profesor responsable, de manera que se **redacta un documento final** donde se enfatizan los aspectos positivos y, sobre todo, los mejorables en el proceso de enseñanza/aprendizaje de competencias, así como estrategias que puedan promover dicha mejora.

c) Análisis de las dificultades de estudio y aprendizaje del alumnado

Éste se fundamenta sobre aspectos referidos a la organización, planificación, lectura, elaboración y comprensión. Este análisis se realiza con técnicas de recogida de información cuantitativas (**test sobre hábitos y dificultades de estudio**) y cualitativas (**procesos de investigación-acción en el aula** con el alumnado para definir sus principales dificultades de estudio y aprendizaje).

La convergencia de ambos tipos de información, cuantitativa y cualitativa, lleva a la redacción final de un **documento sobre la mejora de hábitos, técnicas de estudio y estrategias de aprendizaje**, que se trabaja tanto en grupos, como individualmente.

#### 8.2.3. Evidencias sobre procedimientos del Trabajo Fin de Máster

Estos procedimientos permiten la evaluación y cumplimiento de unos criterios de calidad establecidos en el **Sistema de Garantía Interno de la Calidad**, que se explicarán en su apartado correspondiente. En este sentido, las evidencias que pueden relacionarse con el seguimiento del progreso académico y/o profesional del alumnado se referirán a:

**El Trabajo Fin de Máster (TFM)** : en el Plan de Estudios del Máster Universitario en Marketing Político y Comunicación Institucional, el **Trabajo Fin de Máster** se realiza a lo largo del último semestre del máster refiriendo un total de 12 ECTS para el alumno. Consistirá en un trabajo tutelado de investigación. Para su redacción, el estudiante deberá demostrar su capacidad para la elaboración y posterior exposición del mismo. Por su carácter científico e integrador está encaminado a potenciar los conocimientos adquiridos.

El trabajo fin de máster es un trabajo profesional, técnico y/o científico, integrador y potenciador de los conocimientos adquiridos, que debe realizar y presentar todo alumno de cada máster, siempre que haya cumplido con las condiciones establecidas para poderse matricular del trabajo fin de máster.

La finalidad de este trabajo es que el alumno, futuro profesional, integre los conocimientos adquiridos y demuestre que ha desarrollado las competencias necesarias para desarrollar una actividad dedicada a la comunicación política. Por tal motivo, el trabajo final de máster debe ser un trabajo acorde a lo que se espera que un postgraduado con ese título sea capaz de realizar.

Los objetivos de dicho trabajo fin de máster serán:

- Integrar y aplicar con criterio profesional, creatividad, iniciativa y metodología, los conocimientos y técnicas adquiridas durante su máster.
- Consolidar e incrementar los conocimientos y competencias recibidos a lo largo del máster en los criterios que deberá aplicar durante su vida profesional relacionada con la Comunicación Política e Institucional.

Los Trabajos de Fin de Máster versarán sobre la propuesta, realización y valoración de un trabajo original y específico teórico o empírico sobre los contenidos del Máster Universitario en Marketing Político y Comunicación Institucional, desarrollando un aspecto monográfico de los contenidos desde una perspectiva transdisciplinar.

El Trabajo Fin de Máster además de entregarse por escrito, se defenderá presencialmente y en **sesión pública** frente a un Tribunal compuesto por profesores universitarios doctores.

El Trabajo Fin de Máster consistirá en la elaboración de un Plan Estratégico de Comunicación Corporativa o Institucional que integre y desarrolle de forma coherente una de estas dos propuestas:

1. Un Plan de Marketing político con fines electorales.
  2. Un Plan de Marketing político con fines gubernamentales
- Así como la defensa oral del mismo.

Los alumnos estarán supervisados en todo momento por un tutor académico quien llevará a cabo el siguiente conjunto de actuaciones para garantizar la calidad del Trabajo de Fin de Máster:

#### Entrevista de orientación

En esta entrevista el tutor interno orientará personalmente a los alumnos sobre las distintas opciones profesionales así como sobre los intereses, aptitudes, exigencias... tanto de los alumnos como de los itinerarios profesionales implicados en la formación del Máster y en el futuro laboral y académico de los alumnos. Además, clarificará el sistema de evaluación del TFM y los pasos que los alumnos han de seguir en la elaboración del trabajo: presentación oral y entrega por escrito.

#### Clases prácticas y seminarios monográficos

Las clases prácticas y los seminarios monográficos tendrán lugar al principio del periodo formal del TFM. En estas clases prácticas y seminarios, el tutor interno orientará y formará a los alumnos en materias relacionadas con los conocimientos, métodos, técnicas, habilidades y competencias neces-

rias para la elaboración de un TFM. Así pues, en ellas se trabajarán los conocimientos necesarios para que el alumno pueda localizar, seleccionar y analizar cualquier documento científico y mantenerse actualizado en el desarrollo de su disciplina.

Se promoverá el conocimiento de un conjunto de herramientas fundamentales para el diseño de objetivos, hipótesis y metodologías, así como el desarrollo de trabajos teórico-prácticos especializados. Se ahondará en el manejo y la búsqueda de información (Estrategias básicas de búsqueda de información en la Web, qué buscar sobre educación en Internet, direcciones Web con información y documentación sobre educación), y que ello posibilite el aprendizaje continuo durante su formación universitaria y su quehacer profesional, académico y/o de investigación.

Entrevistas de seguimiento individualizadas y grupales

Las entrevistas de seguimiento se realizarán durante el periodo previo a la presentación del trabajo de Máster y una vez los alumnos hayan elegido tema. En estas sesiones el tutor interno supervisará con los alumnos el desempeño en la tarea, así como la preparación de sus trabajos de presentación (oral y escrita).

Dentro de la **evaluación del Módulo de TFM** se considerarán los siguientes aspectos:

- Entrega de Trabajo Fin de Máster: 60-70%
- Exposición y defensa oral trabajos e investigaciones: 20-30%
- Asistencia y desempeño en Actividades Prácticas, seminarios y entrevistas: 10-20%

#### 8.2.4. Evidencias del seguimiento profesional de los egresados

Desde el "**Departamento de Bolsa de Trabajo**" de la Universidad ( <https://www.ucv.es/bolsatrabajo/default.aspx> ), se procede a un seguimiento profesional/formativo de los egresados que se recoge en evidencias referidas a los siguientes **indicadores**:

1. Seguimiento por correo y telefónico acerca de la situación profesional del egresado;
2. Consultas y asesoramiento telefónico al departamento y/o servicio correspondiente sobre necesidades individuales de carácter profesional de los alumnos que han finalizado el Máster.
3. Realización de tutorías individuales con aquellos egresados que se encuentran en situación de desempleo;
4. Realización de **talleres de inserción profesional y búsqueda de empleo** con los egresados desempleados;
5. **Análisis anuales** que se realizan en el departamento, cualitativos y cuantitativos, de la inserción profesional del alumnado egresado del Máster Universitario en Marketing Político y Comunicación Institucional.

Durante el proceso de depósito del título o en una convocatoria extraordinaria se convocará a los estudiantes que han obtenido la titulación para que cumplimenten una primera **encuesta de estudiantes que han finalizado el Máster recientemente**. Tras un tiempo aproximado de seis meses o un año después de la consecución del título se pasará una **segunda encuesta**, con el fin de analizar su inserción laboral.

6. Análisis de los datos obtenidos a través de la **Bolsa de Trabajo** de la UCV.

## 9. SISTEMA DE GARANTÍA DE CALIDAD

ENLACE	<a href="https://www.ucv.es/calidad_Fac.aspx?f=46035616">https://www.ucv.es/calidad_Fac.aspx?f=46035616</a>
--------	---

## 10. CALENDARIO DE IMPLANTACIÓN

<b>10.1 CRONOGRAMA DE IMPLANTACIÓN</b>	
CURSO DE INICIO	2012
Ver Apartado 10: Anexo 1.	
<b>10.2 PROCEDIMIENTO DE ADAPTACIÓN</b>	
No procede, porque no existe en la Universidad Católica de Valencia ningún Máster equivalente.	

10.3 ENSEÑANZAS QUE SE EXTINGUEN	
CÓDIGO	ESTUDIO - CENTRO

## 11. PERSONAS ASOCIADAS A LA SOLICITUD

11.1 RESPONSABLE DEL TÍTULO			
NIF	NOMBRE	PRIMER APELLIDO	SEGUNDO APELLIDO
21505219N	Ginés Santiago	Marco	Perles
DOMICILIO	CÓDIGO POSTAL	PROVINCIA	MUNICIPIO
C/ Guillem de Castro, 94	46001	Valencia	Valencia
EMAIL	MÓVIL	FAX	CARGO
gines.marco@ucv.es	647973569	963153655	Profesor Agregado de la Facultad de Sociología y Ciencias Humanas
11.2 REPRESENTANTE LEGAL			
NIF	NOMBRE	PRIMER APELLIDO	SEGUNDO APELLIDO
22648606T	José Alfredo	Peris	Cancio
DOMICILIO	CÓDIGO POSTAL	PROVINCIA	MUNICIPIO
C/ Quevedo, 2	46001	Valencia	Valencia
EMAIL	MÓVIL	FAX	CARGO
jalfredo.peris@ucv.es	639511951	963942474	Rector
11.3 SOLICITANTE			
El responsable del título es también el solicitante			
NIF	NOMBRE	PRIMER APELLIDO	SEGUNDO APELLIDO
21505219N	Ginés Santiago	Marco	Perles
DOMICILIO	CÓDIGO POSTAL	PROVINCIA	MUNICIPIO
C/ Guillem de Castro, 94	46001	Valencia	Valencia
EMAIL	MÓVIL	FAX	CARGO
gines.marco@ucv.es	647973569	963153655	Profesor Agregado de la Facultad de Sociología y Ciencias Humanas

## **Apartado 2: Anexo 1**

**Nombre :** 2.1 Justificación rev julio.pdf

**HASH SHA1 :** fnqVpakWyjoOF0n3C5I0nKJnPRA=

**Código CSV :** 76533653733806458680141

**Ver Fichero:** 2.1 Justificación rev julio.pdf

#### **Apartado 4: Anexo 1**

**Nombre :** 4\_1 Sistemas de información previo.pdf

**HASH SHA1 :** nJdG8MHRqI3xF2u7BqVqtowPtRY=

**Código CSV :** 70138077937527898017504

**Ver Fichero:** 4\_1 Sistemas de información previo.pdf

## **Apartado 5: Anexo 1**

**Nombre :** 5.1 Planif. Enseñanzas rev julio.pdf

**HASH SHA1 :** zvAFvG+FuqGKlgtj0BhUmixt7c=

**Código CSV :** 76533664574755021296339

**Ver Fichero:** 5.1 Planif. Enseñanzas rev julio.pdf

## **Apartado 6: Anexo 1**

**Nombre :** 6\_1\_ Profesorado del Máster\_.pdf

**HASH SHA1 :** 4HRAjkDaF2VBtzHnzSNhXvfByyI=

**Código CSV :** 70138101473238298937208

**Ver Fichero:** 6\_1\_ Profesorado del Máster\_.pdf

## **Apartado 6: Anexo 2**

**Nombre :** 6\_2\_ Otros recursos humanos\_.pdf

**HASH SHA1 :** UIOqY3+/q29IEYee68yY8jv96Ds=

**Código CSV :** 70138117355395418029664

**Ver Fichero:** 6\_2\_ Otros recursos humanos\_.pdf

## **Apartado 7: Anexo 1**

**Nombre :** 7\_1\_ Justificación de la adecuación de los medios materiales.pdf

**HASH SHA1 :** xMUaTzdf3gE5c+i+xoCzzAfcRGY=

**Código CSV :** 70138138780461616694672

Ver Fichero: 7\_1\_ Justificación de la adecuación de los medios materiales.pdf

## **Apartado 8: Anexo 1**

**Nombre** : Justificación de las estimaciones realizadas\_pdf.pdf

**HASH SHA1** : 1deeBfjDy1n9qpjYaWhmzm7FR9U=

**Código CSV** : 70138144758199712712502

**Ver Fichero**: Justificación de las estimaciones realizadas\_pdf.pdf

## **Apartado 10: Anexo 1**

**Nombre :** 10.1. Cronograma del Máster v3.pdf

**HASH SHA1 :** HYII8HEAATGLLS/n70EncNHQgb0=

**Código CSV :** 75422635970669750123032

**Ver Fichero:** 10.1. Cronograma del Máster v3.pdf

