



Universidad  
**Católica de  
Valencia**  
San Vicente Mártir



Guía Docente DIRECCIÓN Y GESTIÓN  
DE COMUNICACIÓN Y MARKETING POLÍTICO-ELECTORAL

---

**GUÍA DOCENTE**  
**Dirección y gestión**  
**de comunicación y marketing**  
**político-electoral**

---

**Curso 2023-2024**



## GUÍA DOCENTE DE ASIGNATURA

		ECTS
<b>ASIGNATURA:</b> Dirección y gestión de Comunicación y Marketing Político- Electoral		12
<b>Módulo:</b> Comunicación y Marketing político-electoral		12
<b>Tipo de Formación: OBLIGATORIA</b>	<b>CURSO:</b> 1º <b>Semestre:</b> 2º	
<b>Profesorado:</b> Dra. Silvia Moya (Coordinadora Asignatura)	<b>Departamento:</b>	
PROFESORES D. Javier Arenas Dra. Carola Minguet Dra. Silvia Moya	<b>E-mail:</b> <a href="mailto:silvia.moya@ucv.es">silvia.moya@ucv.es</a>	
PROFESORES EXTERNOS Dra. Diana Rubio Dr. Vicente Vidal		
CONFERENCIANTES D. Ignacio Martín Granados Dra. Ami Bondía D <sup>a</sup> . Belén Bordils D <sup>a</sup> . Belén Gimeno D. Javier García		



## ORGANIZACIÓN DE ASIGNATURA

Dirección y gestión de Comunicación y Marketing Político- Electoral				<b>Nº ECTS 12</b>
<b>Duración y ubicación temporal dentro del plan de estudios:</b> Se enmarca en el módulo "Comunicación y Marketing Político- Electoral", que contiene una única materia (ofertada en el primer cuatrimestre), denominada " Dirección y gestión de Comunicación y Marketing Político- Electoral", y una única asignatura del mismo nombre, que consta de 12 ECTS.				
<b>Materias y Asignaturas</b>				
<b>Materia</b>	<b>ECTS</b>	<b>ASIGNATURA</b>	<b>ECTS</b>	<b>Curso/ semestre</b>
Dirección y gestión de Comunicación y Marketing Político- Electoral	12	Dirección y gestión de Comunicación y Marketing Político- Electoral	12	1/2
<b>GUÍA DOCENTE MATERIA/ASIGNATURA:</b> Dirección y gestión de Comunicación y Marketing Político- Electoral				



COMPETENCIAS BÁSICAS Y GENÉRICAS	Ponderación de la competencia			
	1	2	3	4
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.		X		
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.		X		
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.			X	
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.			X	
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.				X
CG3 – Resolver conflictos en entornos nuevos y multidisciplinares relacionados con la gestión de la comunicación y el marketing.			X	
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				X



COMPETENCIAS ESPECÍFICAS	Ponderación de la competencia			
	1	2	3	4
CE12- Conocer las técnicas de organización, desarrollo y evaluación ejecutables en el desarrollo de campañas electorales.			X	
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.			X	
CE18- Conocer los protocolos de organización y gestión de eventos corporativos de corte institucional y en contextos político-electorales			X	

RESULTADOS DE APRENDIZAJE	COMPETENCIAS
R-1 Conocer las técnicas y herramientas propias de la consultoría política.	B(7,9,10) G(3) E(12)
R-2 Analizar las estrategias de liderazgo político.	B(6,7) G(4) E(12)
R-3 Conocer las estrategias de fidelización electoral	B(8) G(4) E(12)
R-4 Comprender el papel y los resortes de la comunicación eficaz y el valor de la comunicación no verbal en el discurso político.	B(7,9) G(4) E(16,18)
R-5 Conocer las rutinas de producción y desarrollo de una campaña electoral	B(7,9) G(3) E(12)
R-6 Conocer las especificidades de la planificación estratégica de comunicación en contextos político-electorales.	B(6,9) G(3,4) E(12,16,18)
R-7 Conocer los protocolos específicos de organización y gestión de eventos corporativos en contextos político-electorales.	B(7) G(3) E(18)



R-8 Conocer las alternativas de financiación electoral	B(6,7,8) G(3,4) E(16)
R-9 Reflexionar sobre la función de los laboratorios de ideas políticas y su implementación en los programas electorales.	B(6,8) G(4) E(16)

ACTIVIDADES FORMATIVAS DE TRABAJO PRESENCIAL			
ACTIVIDAD	Metodología de Enseñanza-Aprendizaje	Relación con Resultados de Aprendizaje de la asignatura	ECTS <sup>1</sup>
CLASE PRESENCIAL	Exposición de contenidos por parte del profesor, análisis de competencias, explicación y demostración de capacidades, habilidades y conocimientos en el aula.	R1, R2, R3, R4, R5, R6, R7, R8, R9	3,2
SEMINARIO Y VIDEOCONFERENCIA VIRTUAL SÍNCRONA	Sesiones monográficas a lo largo del curso, orientadas a aspectos y aplicaciones de actualidad de la materia	R2, R3, R9,	0,8
Total			(4)

<sup>1</sup> La asignatura y/o materia se organiza en **ACTIVIDADES FORMATIVAS DE TRABAJO PRESENCIAL** y en **ACTIVIDADES FORMATIVAS DE TRABAJO AUTÓNOMO DEL ALUMNO**, con un porcentaje estimado en ECTS. Una **adecuada distribución** es la siguiente: **20%** para las Actividades Formativas Presenciales y **80%** para las de Trabajo Autónomo, tutorizado y evaluación (Para una asignatura de 6 ECTS: 2 y 4 respectivamente).



<b>ACTIVIDADES FORMATIVAS DE TRABAJO AUTÓNOMO DEL ALUMNO</b>			
<b>ACTIVIDAD</b>	<b>Metodología de Enseñanza-Aprendizaje</b>	<b>Relación con Resultados de Aprendizaje de la asignatura</b>	<b>ECTS</b>
TRABAJO INDIVIDUAL	Estudio del alumno: Preparación individual de lecturas, ensayos, resolución de problemas y análisis de textos, seminarios, trabajos, memorias, etc. para exponer o entregar en las clases teóricas, clases prácticas y/o tutorías de pequeño grupo.	R1, R2, R3, R4, R5, R6	6
TUTORÍA	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.	R1, R2, R3, R4, R5, R6, R7	1
EVALUACIÓN	Conjunto de pruebas orales y/o escritas empleadas en la evaluación inicial, formativa o aditiva del alumno.	R1, R2, R3, R4, R5, R6,	1
Total			(8)



<b>SISTEMA DE EVALUACIÓN DE LA ADQUISICIÓN DE LAS COMPETENCIAS Y SISTEMA DE CALIFICACIONES</b>		
<b>Instrumento de evaluación</b>	<b>RESULTADOS DE APRENDIZAJE EVALUADOS</b>	<b>Porcentaje otorgado</b>
Realización de actividades teórico/prácticas	R1,R2,R3,R4,R5,R6,R7,R8,R9	10%
Examen final presencial	R1,R2,R3,R4,R5,R6,R7,R8,R9	40%
Asistencia y participación	R1,R2,R3,R4,R5,R6,R7,R8,R9	10%
Realización de pruebas objetivas en sesiones presenciales	R1,R2,R3,R4,R5,R6,R7,R8,R9	10%
Participación en foros de discusión	R1,R2,R3,R4,R5,R6,R7,R8,R9	5%
Participación en actividades de comunicación síncrona	R1,R2,R3,R4,R5,	5%
Realización de pruebas objetivas en formato telemático	R1,R2,R3,R4,R5,R6,R7,R8,R9	5%
Realización de actividades entregables	R1,R2,R3,R4,R5,R6,R7,R8,R9	15%
<b>Criterio de concesión de las Matrículas de Honor:</b> 1 por cada 30 alumnos o fracción de 30.		



DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS	COMPETENCIAS
<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>	<p>B (6,7,8,9,10) G (3,4) E (12,16,18)</p>

## BIBLIOGRAFÍA

Baeza Pérez-Fontán, E. Cómo crear una campaña electoral de éxito. 1ª Edición. Enero 2012. Editorial EIUNSA Universidad de Navarra.

Martín Salgado, L: Marketing político. Arte y Ciencia de la Persuasión en democracia. Salgado, Paidós, 2002.

García Cotarelo, R. Los partidos políticos, Ediciones Fundación Sistema, 1985.

Beas D. 'La reinención de la política. Obama, Internet y la nueva esfera pública' de D. (Ediciones Península, 2011).

Obama, B. 'The audacity of Hope. Thoughts on reclaiming the american dream' (Three Rivers Press, 2006).

Gutiérrez-Rubí, A. (coord) 'We still have a dream. Miradas al discurso 50 años después' ebook colaborativo (descarga gratuita en Internet).

Fernandez, E. 'Homo Sampler. Tiempo y consumo en la Era Afterpop' (Anagrama, 2008).

Pease, A. 'El lenguaje del cuerpo' (Paidós, 1997).

Goman, C.K. 'Sin palabras. La fuerza de la comunicación no verbal en el trabajo' (RBA Integral, 2008).



- Goleman, D. 'Inteligencia social' (Kairós, 2007).
- Safire, W. 'Lend me your ears'. Great Speeches in History. (Rosetta Books, 1992).
- '#Podemos. Deconstruyendo a Pablo Iglesias' de J. Müller, J. Fernández-Albertos, L. Bernaldo de Quirós, J. R. Rallo y 6 autores más (Deusto, 2014).
- Werbach K. & Hunter, D. "For the win: How Game Thinking Can Revolutionize Your Business". Wharton 2012.
- Rubio, D. (2017). Necesidad del manual de protocolo en los partidos políticos para la efectividad en sus eventos: la importancia de su integración en la comunicación corporative [Tesis Doctoral]. Universitat Jaume I.
- Moya, S. y Marco, G. (2022). Tradiciones éticas en torno al marketing y la ludificación. Algunos apuntes críticos. Endoxa: Series Filosóficas, ISSN 1133-5351, N° 50, 2022, págs. 231-249.
- Peytibi, X. (2019). Las campañas conectadas: Comunicación política en campaña electoral. Editorial UOC.
- Napolitan, Joseph (2017). The Election Game and How to Win It. Echo Point Books & Media.
- Aristóteles (1999). *Retórica*. Traducción y notas de Quintín Racionero. Gredos.
- Carrillo, F. (2014). Tus gestos te delatan. Espasa.
- Perelman, Ch. y Olbrechts-Tyteca, L. (1994). Tratado de la argumentación. La nueva retórica. Traducción española de Julia Sevilla Muñoz. Prólogo de Jesús González Bedoya a la edición española. Editorial Gredos.
- Pink, D. H. (2010). *La sorprendente verdad sobre qué nos motiva*. Grupo Planeta.
- Barthes, R. (1982). Investigaciones retóricas I. La antigua retórica. Ayudamemoria. Traducción de Beatriz Dorriots. Ediciones Buenos Aires.
- Thaler, R. H. y Sunstein, C. R. (2008). Nudge. Improving Decisions About Health, Wealth, and Happiness. Yale University Press.
- Spang, K. (2005). *Persuasión. Fundamentos de retórica*. Eunsa.
- Cicerón, Quinto Tulio "Breviario de Campaña Electoral". El Acantilado, 2011.
- Leith, Sam "¿Me hablas a mí? La retórica desde Aristóteles a Obama". Taurus 2011.
- LAKOFF, G. No pienses en un elefante: lenguaje y debate político. Ed. Complutense 2007.



<b>ORGANIZACIÓN TEMPORAL DEL APRENDIZAJE:</b>		
	<b>BLOQUE DE CONTENIDO/UNIDAD DIDÁCTICA</b>	<b>Nº DE SESIONES</b>
1.	1. Consultoría política: técnicas y herramientas 1.5 El candidato: estrategias de liderazgo político 1.6 El electorado: estrategias de fidelización 1.7 Formación de portavoces 1.8 Comunicación verbal y no verbal	4
2.	2. Planificación y dirección de campañas electorales 2.1 Pre-campaña, campaña y post-campaña: laboratorio de ideas. 2.2 Gestión de equipos, medios y tiempos. 2.3 Financiación electoral 2.4 Campaña Permanente.	3
3.	3. Concepción, desarrollo y especificidades del plan de comunicación y marketing en contextos político-electorales.	3
4.	4. Protocolo y eventos: organización y desarrollo de eventos corporativos en contextos político-electorales.	2