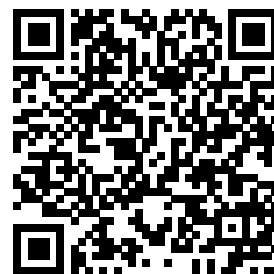


# Planificación y gestión de la comunicación en la Administración Pública

**MÁSTER UNIVERSITARIO EN COMUNICACIÓN DE LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA**

***UNIVERSIDAD INTERNACIONAL MENÉNDEZ PELAYO***

Este documento puede utilizarse como documentación de referencia de esta asignatura para la solicitud de reconocimiento de créditos en otros estudios. Para su plena validez debe estar sellado por la Secretaría de Estudiantes UIMP.



## DATOS GENERALES

### Breve descripción

Uno de los retos que tienen los gestores públicos es el de lograr que los ciudadanos conozcan su gestión. En un contexto como el actual, la complejidad se hace mayor por cuanto se trata de atender unas expectativas determinadas haciendo más con menos recursos. En consecuencia, los gestores públicos necesitan los conocimientos y competencias necesarias para planificar la comunicación estratégicamente en coordinación con las capacidades de gestión.

Esta asignatura aborda la planificación estratégica de la comunicación en la Administración Pública. Se tratarán los conceptos de la dirección estratégica de la comunicación: organigramas, perfiles profesionales, funciones y responsabilidades, coordinación, dinámicas de trabajo así como los retos que hoy tiene la dirección de comunicación.

El análisis de estas cuestiones se hará además con la exposición de los modelos de comunicación de las organizaciones públicas, atendiendo a casos concretos tanto en España como en otros países. Los ámbitos de observación incluyen tanto la organización hacia el interior del país como la comunicación del gobierno en el exterior.

### Objetivos específicos

- Conocer los fundamentos (conceptos clave y metodología) de la planificación estratégica de la comunicación institucional, para poder analizar y diseñar estrategias y dirigir planes de comunicación de instituciones públicas.
- Adquirir las capacidades para diagnosticar las necesidades de comunicación de un puesto específico en la Administración Pública y organizarla: diseño de organigrama, distribución de funciones, jerarquización de decisiones, identificación de tareas, etc.

### Título asignatura

Planificación y gestión de la comunicación en la Administración Pública

### Código asignatura

101930

### Curso académico

2016-17

### Planes donde se imparte

[MÁSTER UNIVERSITARIO EN COMUNICACIÓN DE LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA](#)

**Créditos ECTS**

6

**Carácter de la asignatura**

OBLIGATORIA

**Duración**

Anual

**Idioma**

Castellano

# CONTENIDOS

## Contenidos

Esta asignatura pretende dotar al estudiante de los conocimientos y habilidades necesarias para conceptualizar la comunicación en nivel directivo de planificación y gestión en el sector público, tomando la estrategia como proceso esencial para coordinare integrar todas las acciones de comunicación en las organizaciones públicas.

El contenido de esta materia incluye:

- La planificación y la estrategia en el ámbito de la Administración Pública. Tendencias actuales y corrientes de vanguardia en el sector público (escuelas, teorías, conceptos y planteamientos): el papel de la comunicación en las nuevas corrientes y reformas de la gestión pública. Modelos internacionales de referencia.
- La organización de la comunicación en la Administración Pública para la planificación y gestión de la estrategia. Se describirán las funciones, responsabilidades y formas estructurales que adopta la dirección de comunicación en los distintos tipos de organizaciones e instituciones públicas y los formatos más recientes y operativos a nivel práctico. Se revisarán modelos y metodologías de comunicación estratégica existentes en el sector público, con el fin de identificar: principios de neutralidad y servicio público para la comunicación de la Administración Pública, organigramas, perfiles profesionales, funciones, dinámicas de trabajo, tareas, etc.
- La relación con públicos en el sector público. Especificidades del sector para elaborar mapas de públicos; las especificidades a tener en cuenta para el diseño y planificación de la comunicación de la Administración Pública; las tendencias en la generación y distribución de contenidos.
- La planificación de acciones de comunicación en el sector público. Distintos modelos de planificación. La selección de objetivos, definición de resultados asociados, secuenciación de acciones, calendarización, planificación de costes, evaluación.
- Planificación y gestión de la política informativa para la estrategia de comunicación. Pautas para el establecimiento de la política informativa. Resolución de casos específicos.
- Los procesos de diagnóstico y evaluación de la estrategia de comunicación en el sector público. Las especificidades del sector público para la implementación de métricas en el contraste de resultados.

## RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y DE FORMACIÓN

### Generales

CG3 - Desarrollar un pensamiento estratégico de la comunicación que permita identificar y diagnosticar problemas, definir objetivos y secuenciar acciones dentro de un planteamiento integral y relacional de la comunicación.

CG4 - Capacidad para tratar situaciones comunicativas complejas, críticas e impredecibles de forma sistemática y creativa, con juicio crítico, con información (in)completa, asumiendo riesgos, tomando decisiones y comunicándolas a los distintos públicos.

### Específicas

CE1 - Capacidad organizativa, gerencial y laboral (diseño de organigramas, programación, distribución de funciones, toma de decisiones, etc.) para la puesta en marcha de procesos de comunicación en la Administración Pública.

CE5 - Diseñar, implementar y evaluar planes de comunicación para la Administración Pública.

CE6 - Capacidad para asociar la estrategia de gestión pública a la estrategia de comunicación, relacionando todas las actividades que tengan implicaciones comunicativas.

## **PLAN DE APRENDIZAJE**

### **Actividades formativas**

AF1 - Clases presenciales

AF2 - Trabajo en grupo

AF3 - Trabajo individual

AF4 - Foros y chat dentro del aula virtual

AF5 - Lectura de documentos y análisis y búsqueda de otras fuentes de información

AF6 - Trabajo autónomo

### **Metodologías docentes**

Con carácter previo a las sesiones presenciales los alumnos tendrán que leer documentos que garantizarán unos conocimientos previos de las materias a tratar para promover la participación y buscar la eficacia de estas sesiones.

Se contará con un aula virtual que facilitará la puesta a disposición de los alumnos de dicha información y las instrucciones oportunas.

Las sesiones se basarán en exposiciones magistrales de carácter aplicado con apoyo en la metodología del estudio de caso y la presentación de buenas prácticas. Estas sesiones incluyen además la realización de ejercicios prácticos para el entrenamiento en la toma de decisiones (mediante ejercicios de rol play, etc.).

A través del aula virtual o de las sesiones presenciales se facilitará toda la información para la realización de los trabajos y se resolverán las dudas.

## **SISTEMA DE EVALUACIÓN**

### **Descripción del sistema de evaluación**

EV1 - Valoración de la asistencia y de la participación en la actividades formativas (10%)

EV2 - Valoración de la participación en los foros y chat del aula virtual (15%)

EV3 - Evaluación del trabajo en grupo y, en su caso, valoración de su presentación oral (35%)

EV4 - Evaluación de los trabajo individuales y, en su caso, valoración de su presentación oral (40%)

## **PROFESORADO**

### **Profesor responsable**

**Canel Crespo, María José**

*Catedrática de Comunicación Audiovisual y Publicidad  
Universidad Complutense de Madrid*

### **Profesorado**

**Aldekoa de la Torre, Jon Andoni**

*Diplomado Radio y Televisión-Master en Comunicación Institucional UABarcelona  
Director Gerente del Palacio de la Música y Congresos de Bilbao, Euskalduna*

**Pérez Herrero, Julio César**

*Doctor en Ciencias de la Información  
Director del Centro de Estudios Superiores en Comunicación y Marketing Político  
(CESCOMPOL)  
Universidad de Alcalá de Henares*

**Caballero Casado, José María**

*Oficial Mayor. Ministerio de Ciencia e Innovación.*

**Velasco Guardado, José Manuel**

*Presidente de Global Alliance for Public Relations and Communication Management*



# HORARIO

## Horario

- Ver aquí [Calendario edición 2016/2018](#) (alumnos en primer curso)

## BIBLIOGRAFÍA Y ENLACES RELACIONADOS

### Bibliografía

#### Obligatoria

CANEL, M.J. (2007). *Comunicación de las instituciones públicas*. Madrid: Tecnos, pp. 163-229 (suministrada en el Aula Virtual).

CANEL, María José (2007). *La comunicación de las instituciones públicas*. Madrid: Tecnos.

CANEL, María José (2013). Government communication in Spain. Leaving behind the legacies of the past. In SANDERS, Karen and CANEL, María José (2013). *Government communication. Cases and challenges* (pp. 133-151). London: Bloomsbury (suministrada en el Aula Virtual).

SANDERS, Karen, CANEL, María José & HOLTZ-BACHA, Christina (2011). Communicating governments. A three country comparison of how governments communicate with citizens, *International Journal of Press and Politics*, 16(4), 523-547 (suministrada en el Aula Virtual).

Sanders, Karen y Canel, María José (2013) Government communication in 15 countries. Themes and challenges. En Sanders, Karen and Canel, María José (2013). *Government communication. Cases and challenges* (pp. 277-312). London: Bloomsbury (suministrada en el Aula Virtual).

Real Decreto 199/2012, de 23 de enero, por el que se desarrolla la estructura orgánica básica del Ministerio de la Presidencia (que incluye la Secretaría de Estado de Comunicación) (suministrada en el Aula Virtual).

Real Decreto 342/2012, de 10 de febrero de estructura del Ministerio de Asuntos Exteriores y Cooperación. (artículos 17 y 18). España Hoy 2015. Puede consultar en [este enlace](#) la versión PDF descargable.

#### Recomendada

Arroyo, Luis (2012). *El poder político en escena. Historia, estrategia y liturgia de la comunicación política*. Madrid: RBA.

Canel, María José (2006). *Comunicación Política. Guía para su estudio y práctica*. Madrid: Tecnos.

Canel, María José y Sanders, Karen (2010a). Para investigar la comunicación de los gobiernos. Un análisis del estado de la cuestión, *Comunicación y Sociedad*, XXIII (1): 7-48.

Campo Vidal, M. (2011). *¿Por qué los profesionales no comunicamos mejor? Los 7 pecados capitales del mal comunicador*. Madrid: RBA.

Campo Vidal, M. (2008). *¿Por qué los españoles comunicamos tan mal?* Plaza & Janés editores.

Campo Vidal, M. (2012). *Adolfo Suarez. El Presidente inesperado de la Transición*. Madrid: RBA.

DIRCOM (2007): *La dirección de comunicación en las administraciones públicas: retos y oportunidades*, Madrid: INAP.

Garnett, James L. (1992). *Communicating for results in Government. A strategic approach for public managers*. San Francisco: Jossey-Bass Publishers.

Izurietta, Roberto, Perina, Rubén M., Arterton, Christopher (eds.) (2003). *Estrategias de comunicación para gobiernos*. Buenos Aires: La Crujía.

Mora, Juan Manuel (ed.) (2009). *10 ensayos de comunicación institucional*. Pamplona: EUNSA

Xifra, Jordi (2011). *Manual de relaciones públicas e institucionales*. Madrid: Tecnos.

Gutiérrez García, E. y La Porte Fernández-Alfaro, M.T (2013). *Tendencias emergentes en la comunicación de instituciones*. Barcelona. UOC.

Kumar, Martha Joynt (2001). The Office of Communications. *Presidential Studies Quarterly*, 31 (4), pp. 609-634.

Kumar, Martha Joynt (2001). The Office of the Press Secretary. *Presidential Studies Quarterly*. 31 (2), pp. 296-322.

Sanders, K. (2009). *Communicating politics in the twenty-first century*. New York: Palgrave Macmillan, 2009.

Sanders, Karen y Canel, María José (2013). *Government communication. Cases and challenges*. London: Bloomsbury.

Stromback, Jesper y Kiouisis, Spiro (Eds) (2012). *Political Public Relations. Principles and applications*. Routledge.