

# Las TIC aplicadas a la comunicación pública

MÁSTER UNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN Y LIDERAZGO  
PÚBLICOS

*UNIVERSIDAD INTERNACIONAL MENÉNDEZ PELAYO*

Másters  
Universitarios

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

La especialidad de Comunicación de la Administración Pública faculta a los estudiantes para gestionar la interrelación entre las instituciones públicas, los grupos de interés, los medios de comunicación y la ciudadanía. Esta interacción es cada vez más compleja, puesto que en el actual contexto hipermediatizado, los emisores y los destinatarios de los mensajes se encuentran atomizados en multitud de canales diferentes y, por tanto, la competencia por captar la atención del público es mayor. La materia Ámbitos de aplicación de la comunicación pública aporta al alumnado recursos para aprender a utilizar diferentes canales y estrategias comunicativas con el objetivo de establecer una relación más abierta y directa con el resto de la sociedad, estas técnicas pueden contribuir a mejorar la percepción de transparencia y apertura que la ciudadanía tiene de la Administración Pública, reforzando en consecuencia, su imagen pública.

La asignatura Las TIC aplicadas a la Comunicación Pública se plantea, por un lado, como un espacio de análisis y reflexión crítica sobre las oportunidades, amenazas, debilidades, fortalezas y retos del uso de las TIC y, específicamente, de los social media como canal dialógico con el resto de la sociedad. Por otro lado, la asignatura se propone dotar al alumnado de conocimientos y estrategias específicas sobre la gestión comunicativa de los social media en la Administración Pública a partir del debate sobre &#8216;estudios de caso específicos&#8217;, observando casos de buena y mala praxis en la gestión comunicativa, y de la práctica de estas estrategias a partir de simulaciones guiadas que permitan poner en práctica las habilidades adquiridas a partir de las reflexiones y debates surgidos en las clases.

## Título asignatura

Las TIC aplicadas a la comunicación pública

## Código asignatura

102551

## Curso académico

2023-24

## Planes donde se imparte

[MÁSTER UNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN Y LIDERAZGO PÚBLICOS](#)

## Créditos ECTS

3

## Carácter de la asignatura

OPTATIVA

## Duración

Cuatrimestral

## Idioma

# CONTENIDOS

## Contenidos

1. Los social media como canal de comunicación en la Administración Pública
  - a. Retos y amenazas del canal comunicativo.
  - b. Ventajas y oportunidades.
2. La interacción con la sociedad a través de las TIC: elementos clave y puntos de reflexión. 3. La atención a la ciudadanía a través de plataformas online.
4. La gestión estratégica de la comunicación institucional en social media: Análisis crítico y ejecución de una campaña de comunicación.

# RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y DE FORMACIÓN

## 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.

## Específicas

CE4 - Analizar, diseñar y ejecutar políticas y programas que integren los Objetivos de Desarrollo Sostenible e incorporen los principios del gobierno abierto.

CE7 - Conocer los principios y técnicas de la comunicación pública y aplicarlos al diseño, la ejecución y el análisis de la estrategia global de las organizaciones públicas.

CE9 - Integrar la innovación en el marco de procesos de cambio organizacional, identificar las oportunidades y desafíos que supone la transformación digital para las Administraciones públicas, y disponer de los conocimientos técnicos y organizativos necesarios para poder liderar proyectos de digitalización, informatización y automatización de servicios públicos.

## Competencias de la especialidad

CCP6 Formular y desarrollar la política informativa de las organizaciones públicas.

CCP7 Anticipar, desde el punto de vista de la comunicación, los riesgos y las crisis del sector público, así como identificar las necesidades para gestionarlos eficazmente.

CCP8 Aplicar las utilidades tecnológicas en la comunicación de la Administración Pública.

CCP9 Identificar los eventos que mejor canalizan la estrategia de comunicación de una institución pública y aplicar en la práctica la regulación del protocolo.

CCP10 Comprender los conceptos básicos de la diplomacia pública y saber cómo trasladar mensajes a la opinión pública global.

# PLAN DE APRENDIZAJE

## Actividades formativas

Las actividades formativas de esta asignatura serán las siguientes:

AF1.- Clases presenciales (15 horas - 100% presencialidad)

AF2.- Trabajo en equipo (15 horas - 0% presencialidad)

AF3.- Trabajo individual (15 horas - 0% presencialidad)

AF5.- Trabajo autónomo (30 horas - 0% presencialidad)

## Metodologías docentes

A partir de la revisión bibliográfica y del análisis sistematizado de diferentes casos prácticos, la asignatura aborda de forma práctica los usos que la Administración Pública otorga actualmente a las TIC y a los social media y plantea mecanismos de investigación y reflexión crítica para de forma propositiva desarrollar buenas estrategias comunicativas que el alumnado pueda ejecutar en su praxis profesional.

Las lecturas obligatorias y recomendadas, el visionado de vídeos, así como los webinarios y las "masterclass" dotan al participante del conocimiento teórico necesario para abordar las problemáticas planteadas de forma práctica. La participación en el foro supone un primer contacto de análisis de la realidad del uso de las TIC y social media en la Administración, finalmente, fruto de asimilar el conocimiento teórico y de la práctica analítica, el alumnado ejecuta de forma efectiva el diseño de un plan de comunicación y atención ciudadana en medios online.

## Resultados de aprendizaje

- 1.- Analizar la estrategia comunicativa y el modelo de gestión que la Administración Pública hace de sus plataformas sociales.
- 2.- Profundizar en la relevancia de las TIC y los social media en la sociedad y, por ende, en su valor comunicativo para las instituciones públicas.
- 3.- Examinar los retos, ventajas y desventajas del uso de las TIC en la interacción de la Administración Pública y la sociedad.
- 4.- Ejecutar una estrategia de comunicación online coherente con los objetivos planteados y con los recursos disponibles.
- 5.- Gestionar la atención a la ciudadanía a través de las TIC

# SISTEMA DE EVALUACIÓN

## Descripción del sistema de evaluación

La asignatura se evaluará de la siguiente manera:

EV1. Participación en el Foro - 10% de la calificación final

EV2.- Trabajo en equipo - 50% de la calificación final

EV3.- Trabajo individual - 40% de la calificación final

La **Participación en el foro (10%)**, se valorará de 0 a 10 puntos y para ello se tendrán en cuenta los siguientes criterios:

- Participación en el foro: 10 puntos

El **Trabajo en equipo (50%)**, se valorará de 0 a 10 puntos y para ello se tendrán en cuenta los siguientes criterios:

Claridad (precisión conceptual y claridad de expresión) y fundamentación (aportación de referencias): 2 puntos

Riqueza de contenido (aportación adecuada de ideas y capacidad de reflexión): 3 puntos

Capacidad analítica y propositiva (adecuación del plan de comunicación propuesto para la institución asignada): 5 puntos

El **trabajo individual (40%)**, se valorará de 0 a 10 puntos y para ello se tendrán en cuenta los siguientes criterios:

- Fundamentación crítica, coherencia argumentativa y capacidad propositiva: 8 puntos

# PROFESORADO

## Profesor responsable

**Suau Gomila, Guillem**

## Profesorado

**Castelo Heymann, Santiago**

**Graells Costa, Jordi**

# HORARIO

## Horario

Las sesiones presenciales se distribuirán en sesiones teórico-prácticas que tendrán una breve introducción teórica y exposición del ejercicio para que, posteriormente, se divida la clase en grupos de trabajo, desarrollos el ejercicio y lo expongan ante sus compañeros.

&#10003; PARTE VIRTUAL: del 20 de febrero al 19 de marzo.

### &#8226; Trabajo autónomo.

Consistirá en la realización de las siguientes actividades:

- o Lectura de bibliografía y diversa documentación. Se pondrá a disposición del alumno en el aula virtual.
- o Visionado de vídeos.
- o Consulta de páginas web.

## WEBINARIOS

Titulo: Introducción a la asignatura

Fecha: 20 de febrero; 17:30-18:30

Docente: Guillem Suau Gomila

Titulo: Comunicación institucional en Social Medi

Fecha: 27 de febrero; 17:30-18:30h

Docente: Guillem Suau Gomila

Titulo: Tutorías y resolución de dudas con los trabajos

Fecha: 13 de marzo; 17:30-18:30

Docente: Guillem Suau Gomila

Titulo: Cierre de la asignatura y valoración de su desarrollo.

Fecha: 16 de marzo; 17:30-18:30

### &#8226; Foros:

Título: Fortalezas y debilidades del uso de las TIC y los social media como canal de interacción con la ciudadanía en la Administración pública española.

Fechas: 20 al 26 de febrero.

Descripción de la actividad: En este foro introductorio y evaluable, que se realizará la primera semana de asignatura, se pedirá al alumnado que se informe a través de las lecturas obligatorias y recomendadas, de búsquedas del propio alumnado y a partir de la observación y análisis del uso que la Administración pública hace de las TIC y de los social media como medio de comunicación con la sociedad y que planteé en base a este estudio, los principales puntos fuertes y débiles de su uso.

Docente responsable: Guillem Suau Gomila

### &#8226; Trabajo en equipo:

Título: Análisis y diseño de un plan de atención y comunicación estratégico en las TIC y social media Fechas: del 6 al 19 de marzo

Descripción de la actividad: Los participantes se distribuirán en 5 grupos, 3 de tres personas y 2

de cuatro alumnos. El docente les asignará a los diferentes grupos una institución pública al azar sobre la cual deberán trabajar, una vez asignada la institución el ejercicio se dividirá en dos fases. Fase 1: Cada grupo deberá analizar los medios online de los que dispone la institución para atender trámites, comunicarse con la ciudadanía, trasladar información a los medios y grupos de interés y hacer un análisis DAFO de su aplicación de las TIC. Fase 2: A partir de los resultados obtenidos, los grupos de trabajo deberán elaborar un plan de comunicación y atención a la ciudadanía en TIC y social media para la institución que se le haya asignado con el objetivo de tratar de mejorar el plan ya existente. Los avances del trabajo se presentarán y discutirán en las sesiones presenciales, pero se podrán entregar hasta el viernes 19 de marzo para que los grupos puedan incorporar los comentarios hechos por el alumnado y el docente en clase.

Docente responsable: Guillem Suau Gomila

&#8226; Trabajo individual:

Título:

Fechas: del 27 al 19 de marzo

Descripción de la actividad:

6/11

Máster en Dirección y Liderazgo Pùblicos

II edición 2021-2023

(octubre 2022- junio 2023)

Cada participante realizará un breve ensayo reflexivo y analítico de entre 1.500 y 2.500 palabras en que valorará la estrategia comunicativa y de atención a la ciudadanía que se utiliza en la Administración en la que desarrolla su actividad profesional y, en caso de ser necesario, y a partir de los casos analizados en la asignatura propondrá mejoras que se podrían llevar a cabo.

Docente responsable: Guillem Suau Gomila

A continuación, se propone un esquema de trabajo orientativo y de planificación para esta asignatura: o Semana 1: lecturas obligatorias individuales, trabajo de documentación y participación en el foro.

o Semana 2: Realización del trabajo individual.

o Semana 3: Realización del trabajo en equipo.

o Semana 4: Tutorías y entregas

&#10003; PARTE PRESENCIAL: planificación docente.

Las clases presenciales se celebrarán de forma síncrona.

6 de marzo

10:00 &#8211; 11:30 h. Presentación de la asignatura y explicación del ejercicio. o Docente:

Guillem Suau Gomila

11.30h a 12.00h: DESCANSO

12:00 - 14:30 h. Trabajo en equipo Fase 1

o Docente: Guillem Suau Gomila

14:30 &#8211; 15:30 DESCANSO

15:30 - 16:00 h. Presentación Fase 1 del ejercicio

o Docente: Guillem Suau Gomila

16:00 - 18:00 h. La Comunicación institucional en Instagram

o Docente: Santiago Castelo

7 de marzo

9:00 &#8211; 11:30 h. Canales online de atención a la ciudadanía en la Administración pública o  
Docente: Jordi Graells

11.30h a 12.00h: DESCANSO

12:00 - 14:30h. Trabajo en equipo Fase 2

o Docente: Guillem Suau

14:30-15:30 DESCANSO

15:30-17:30h. Presentación trabajo en equipo Fase 2

o Docente: Guillem Suau

17.30-18:00h. Recapitulación y cierre

# BIBLIOGRAFÍA Y ENLACES RELACIONADOS

## Bibliografía

&#9642; Bibliografía obligatoria

- Casero-Ripollés, A. (2020). Servicios móviles de mensajería instantánea y Covid-19. Oportunidades y limitaciones para la comunicación institucional, Anuario ThinkEPI, 14(1), 1-7. Disponible en: <https://recyt.fecyt.es/index.php/ThinkEPI/article/view/86118>
- Criado, J.I. (2013). Open government, social media y sector público. Las administraciones públicas en la era de las redes sociales digitales. En: Cotarelo, R. (2013). CIBERPOLÍTICA. Las nuevas formas de acción y comunicación política. Tirant Humanidades: Valencia.
- Ure, M. (2016). La comunicación de la administración pública en las redes sociales: los casos de las ciudades de Buenos Aires y Bolonia. Palabra Clave, 19(1), 240-270. Disponible en: [https://www.researchgate.net/publication/294724321\\_La\\_comunicacion\\_de\\_la\\_administracion\\_publica\\_en\\_las\\_redes\\_sociales\\_los\\_casos\\_de\\_las\\_ciudades\\_de\\_Buenos\\_Aires\\_y\\_Bolonia](https://www.researchgate.net/publication/294724321_La_comunicacion_de_la_administracion_publica_en_las_redes_sociales_los_casos_de_las_ciudades_de_Buenos_Aires_y_Bolonia)

&#9642; Bibliografía recomendada

- Ballester-Espinosa, A. (2020). Una nueva Comunicación para una nueva Administración pública. En: Sahuquillo-Orozco, J.L.; Martín-Cubas, J. (2020). La era de la #Política 2pto0. Ediciones Casas: Valencia.

10/11

Máster en Dirección y Liderazgo Públicos II edición 2021-2023  
(octubre 2022- junio 2023)

Canel, M.J. (2018). La Comunicación de la Administración Pública. Para gobernar con la sociedad. Fondo de Cultura: Ciudad de México.

Carratalá, A. y Galán, M. (2016). Estrategias comunicativas en Twitter de los ayuntamientos españoles gobernados por plataformas ciudadanas. Revista f@ro, 24(2), 125-150. Disponible en: <https://www.revistafaro.cl/index.php/Faro/article/view/481/461>

Gandolfo, M.L. (2014). La Comunicación institucional en las redes sociales online. Análisis de un caso. Questión, 41(1), 156-171. Disponible en:

Graells i Costa, J.; Ramilo-Araujo, M. (2013). Ciudadanía y administraciones en red. La Administración Pública ante la nueva sociedad en red. INAP. Disponible en:  
[https://issuu.com/jordigraells/docs/ciudadan\\_a\\_y\\_administraciones\\_en\\_r](https://issuu.com/jordigraells/docs/ciudadan_a_y_administraciones_en_r)