

Planes, campañas y técnicas de comunicación

MÁSTER UNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN Y LIDERAZGO PÚBLICOS

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

La comunicación de la Administración Pública es un ejercicio organizado que responde a unos objetivos y fines concretos. Para que la comunicación esté dirigida a la consecución de unos resultados específicos, es necesario estructurar un proceso de definición estratégica y de acción vinculada a la misma que permita contribuir a generar el impacto esperado. La asignatura de «Planes, campañas y técnicas de comunicación»; aportará al alumno una metodología para el desarrollo y planificación de la comunicación en la Administración Pública. Con un enfoque eminentemente práctico, la asignatura está orientada a dotar de los conocimientos necesarios para el desarrollo y/o supervisión de un plan de comunicación adaptado a las necesidades de cada departamento.

Título asignatura

Planes, campañas y técnicas de comunicación

Código asignatura

102549

Curso académico

2024-25

Planes donde se imparte

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

Créditos ECTS

3

Carácter de la asignatura

OPTATIVA

Duración

Cuatrimestral

Idioma

CONTENIDOS

Contenidos

- Definición del plan de comunicación y su funcionalidad
- Fases de desarrollo
- Trabajos previos al desarrollo del plan de comunicación

- Definición estratégica:
 - Objetivos
 - Estrategia
 - Narrativa
- Plan de acción y su adecuación a la estrategia y contenidos
- Herramientas de medición, seguimiento y control del plan 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

CCP1 Seleccionar los aspectos comunicativos de las organizaciones públicas (servicios, líderes, campañas, etc.) que deben ser objeto de investigación aplicada para una mejor gestión de la comunicación, en sus dimensiones interna y externa.

CCP2 Hacer mapas de públicos (identificarlos, jerarquizarlos y segmentarlos) para llevar a cabo procesos de comunicación que permitan establecer relaciones de largo plazo entre la Administración Pública y sus distintos públicos.

CCP3 Identificar, gestionar y medir los valores intangibles de la Administración Pública.

CCP4 Realizar diagnósticos de la comunicación de las organizaciones públicas.

CCP5 Diseñar, implementar y evaluar planes de comunicación para la Administración Pública.

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

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS ESPECIALIDAD EN COMUNICACIÓN DE LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

CE6 - Manejar herramientas para diseñar, ejecutar y evaluar planes estratégicos y operativos desde el ámbito de la dirección pública

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

PLAN DE APRENDIZAJE

Actividades formativas

AF1 - Clases presenciales (14 horas - 100% presencialidad)

AF2- Trabajo en equipo (12 horas - 0% presencialidad)

AF3 - Trabajos individual (9 horas - 0% presencialidad)

AF4 - Participación en foros en el aula virtual (7 horas - 0% presencialidad)

AF5 - Trabajo autónomo (33 horas - 0% presencialidad)

Metodologías docentes

El método de aprendizaje se explicita en los apartados anteriores: asimilación y comprensión de conceptos mediante la lectura y el visionado de vídeos; construcción colectiva y aplicación crítica del conocimiento mediante trabajos en equipos, participación en sesiones virtuales y participación en foros; reflexión y aplicación al propio entorno profesional mediante trabajos individuales.

Resultados de aprendizaje

- Identificar y definir objetivos de comunicación que contribuyan a los objetivos generales o particulares de las distintas áreas de la Administración pública
- Definir enfoques estratégicos vinculados a los objetivos
- Adecuar las acciones de comunicación a los objetivos y estrategias definidos
- Dotar de un sistema de seguimiento y medición a los planes de comunicación.

Mediante la comprensión y correcta aplicación de estos principios, el alumno adquirirá el conocimiento y habilidades necesarias para la creación y/o supervisión de planes de comunicación adaptado a objetivos de sus respectivos departamentos.

SISTEMA DE EVALUACIÓN

Descripción del sistema de evaluación

La asignatura se evaluará de la siguiente manera:

EV2.- Trabajo en equipo (60 % de la calificación final)

EV3.- Trabajo individual (30 % de la calificación final)

EV4.- Participación en foros (10% de la calificación final)

El **Trabajo en equipo (60%)**, se valorará de 0 a 10 puntos y para ello se tendrán en cuenta los siguientes criterios:

- . Identificación de necesidad y adecuación de los objetivos de comunicación: 4 puntos
- . Coherencia entre objetivos, estrategia y acciones: 4 puntos
- . Creatividad: 1 punto
- . Presentación oral: 1 punto

El **trabajo individual (30%)**, se valorará de 0 a 10 puntos y para ello se tendrán en cuenta los siguientes criterios:

- . Sentido y coherencia de los objetivos de comunicación: 8 puntos
- . Estructura y redacción: 2 puntos

La **participación en los foros (10%)**, se valorará de 0 a 10 puntos, conforme a los siguientes criterios:

- . Participación al menos una vez en cada uno de los foros propuestos: 10 puntos

PROFESORADO

Profesor responsable

Gomariz López, Antonio

Director en LLORENTE & CUENCA

LLORENTE & CUENCA

Profesorado

Profesor Responsable de la asignatura

HORARIO

Horario

La asignatura se planifica con dos sesiones presenciales y dos sesiones virtuales síncronas.

A continuación, se propone un esquema de trabajo orientativo y de planificación para esta asignatura:

o **Semana 1: Asentamiento de conceptos básicos. Ejercicios prácticos y formulación de trabajos individuales y en grupo. Inicio de lecturas recomendadas**

o **Semana 2: Desarrollo del trabajo individual y comienzo del trabajo en grupo**

o **Semana 3: Sesión de elaboración de plan de comunicación. Avance del trabajo en grupo.**

Webinario

9:00h a 10:30h Casos prácticos: trabajo conjunto. Resolución de dudas.

o Docente: Antonio Gomariz

Webinario

9:00 a 10:30h: Presentación de trabajos en equipo (2021; por equipo) y debate común

o Docente: Antonio Gomariz

Trabajo autónomo.

Consistirá en la realización de las siguientes actividades:

- Lectura de bibliografía y diversa documentación.
- Visionado de vídeos de campañas.
- Consulta de páginas web.

Participación en foros:

Título: Identificación de campañas de la administración pública

Descripción de la actividad: El alumno deberá identificar 2 campañas de comunicación, actuales o pasadas, de la administración pública y reflexionar sobre los objetivos de comunicación que persigue e identificar los mensajes y acciones llevadas a cabo.

Docente responsable: Antonio Gomariz

Título: Acciones y estrategia de comunicación

Descripción de la actividad: El alumno reflexionará sobre cuáles son las acciones de comunicación llevadas a cabo por la Administración para la que trabaja y los objetivos que persigue.

Docente responsable: Antonio Gomariz

Trabajo en equipo:

Título: Plan de comunicación

Descripción de la actividad:

Los alumnos deberán identificar una necesidad por parte de una Administración de su elección (por ejemplo, un ministerio o una dirección general), y que será consensuada con el profesor antes del inicio del trabajo. Una vez elegida, deberán definir los aspectos esenciales de un plan de comunicación para dar respuesta a esa necesidad.

Este plan, debe contener al menos, los siguientes elementos:

- o Objetivos y KPIs
- o Públicos o comunidades
- o Estrategia
- o Narrativa
- o Plan de acción
- o Organización y seguimiento

Se presentará en formato presentación de PowerPoint o similar, cuya extensión no deberá superar las 30 diapositivas. Se acompañará de un documento en formato Word o similar, con una extensión máxima de 3.000 palabras donde se describan y justifiquen los elementos principales del plan de comunicación.

Docente responsable: Antonio Gomariz

Trabajo individual:

Título: Briefing de comunicación para contribuir a los objetivos de la Administración Pública

Descripción de la actividad:

El alumno realizará una reflexión sobre cuáles son los objetivos de servicio público de la Administración para la que trabaja y a partir de los cuales formulará y justificará a modo de briefing para un departamento de comunicación potenciales objetivos de comunicación y las comunidades o públicos a las que dirigirse.

El trabajo se presentará en formato Word o similar, con una extensión mínima de 600 palabras y máximo de 1.500 palabras.

Docente responsable: Antonio Gomariz