

<b>Destinatario:</b>	Servicio de Ordenación Académica	
<b>Denominación del Módulo (o Materia/Asignatura)</b>	<b>Carácter</b>	
Talleres Prácticos	<input checked="" type="checkbox"/> Obligatorio <input type="checkbox"/> Optativo	
<b>Responsable del Módulo (o Materia/Asignatura)(nombre, filiación y datos de contacto profesional)</b>		
José A. Climent Rodríguez / Charo Toscano Arenas		
<b>Duración y fecha inicial y final de realización</b>	17/10/2022 a 4/12/2022	
<b>Requisitos previos (en su caso)</b>		
<b>Modalidad de enseñanza</b>		
<input type="checkbox"/> Presencial	<input type="checkbox"/> Semipresencial	<input type="checkbox"/> Virtual
<b>Objetivos, competencias y resultado del aprendizaje</b>		
<p><b>Objetivos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Realizar claims y mensajes de un partido/institución y su difusión en redes sociales</li> <li>- Realizar situaciones de comunicación política e institucional</li> <li>- Realizar situaciones de comunicación de crisis</li> <li>- Realizar análisis del relato durante el desempeño del poder</li> <li>- Realizar análisis del relato durante una situación de crisis</li> <li>- Realizar análisis del elemento emocional del relato político</li> <li>- Realizar una marca política y personal, sus atributos y puesta en valor</li> <li>- Realizar diseños y análisis de imagen</li> <li>- Realizar y pronunciar discursos políticos</li> </ul> <p><b>Competencias</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Reflexionar sobre los claims y mensajes de un partido político o institución en cada contexto político</li> <li>- Poner en marcha claims y mensajes de políticos e instituciones a través de las redes sociales</li> <li>- Reflexionar sobre los algoritmos y su influencia en las campañas electorales</li> <li>- Ser capaz de diferenciar las estrategias en medios online y offline</li> <li>- Reflexionar sobre el uso del relato de base emotiva en comunicación política e institucional</li> <li>- Ser capaz de establecer diferencias comunicativas antes, durante y después del poder</li> <li>- Ser capaz de identificar situaciones de crisis políticas</li> <li>- Poner en marcha un plan de comunicación de crisis</li> <li>- Reflexionar sobre la importancia de los medios de comunicación y las redes sociales para la comunicación política e institucional</li> <li>- Reflexionar sobre la economía de la atención, principios aplicados al electorado/ciudadano</li> <li>- Reflexionar sobre los distintos arquetipos del relato político</li> <li>- Poner en marcha una marca personal política</li> <li>- Reflexionar sobre la marca política personal de competidores</li> <li>- Reflexionar sobre la comercialización de la marca política comercial</li> </ul> <p><b>Resultados</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- El alumnado habrá aprendido a contar una misma idea en diferentes formatos adaptados a los canales de redes sociales</li> </ul>		

<sup>1</sup> Deberá cumplimentarse una Guía por cada módulo (o materia/asignatura, en el caso de que el programa de estudios no esté estructurado en módulos).

- El alumnado habrá aprendido a desarrollar diferentes situaciones de comunicación política
- El alumnado habrá aprendido a definir las buyer personas aplicadas al campo político
- El alumnado habrá aprendido a identificar los diferentes arquetipos del relato político
- El alumnado habrá aprendido a desarrollar estrategias de storytelling político
- El alumnado habrá aprendido a crear una marca personal y desarrollarla en el contexto de marca personal
- El alumnado habrá aprendido a desarrollar un plan de comunicación de crisis
- El alumnado habrá aprendido a redactar y pronunciar un discurso

### **Contenidos y bibliografía**

#### **Taller 1. Diseño de Plan de Comunicación y Gestión de Crisis: Luis Arroyo (15 horas)**

Tras revisar casos reales de crisis en España, el alumnado diseñará modelo de lista de control para gestión de crisis y solucionará un caso simulado de crisis durante los días de duración del taller

#### **Taller 2. Elaboración de una marca política/institucional: Isaac Pérez (15 horas)**

El alumno deberá crear desde su inicio una marca política personal, puede ser su propia marca o escoger un personaje ficticio. Una vez seleccionado el ejemplo, trabajará en la creación y desarrollo de los apartados para ir confeccionando la identidad de marca, cuáles son sus atributos, sus fortalezas o debilidades, qué arquetipo puede asociarse mejor, su puesta en valor y la venta como producto político al mercado electoral.

#### **Taller 3: Reconocer, diseñar y aplicar estrategias de gestión emocional en contextos políticos e institucionales: Yolanda Navarro Abal (15 horas)**

El alumno deberá elaborar planes estratégicos de gestión de emociones en contextos políticos y emocionales. Se realizará un análisis y gestión de sesgos cognitivos en la comunicación. Desarrollo de mapas contextuales diferenciadores en la comunicación política e institucional. Análisis y gestión de componentes paraverbales en la comunicación. Dotar de herramientas para el buen uso de las diferentes rutas en la comunicación.

#### **Taller 4. Creación de un plan de comunicación político e institucional digital y su implementación en una estrategia social media: Vanesa Navarro (15 horas)**

A través de una práctica simulada, el alumnado tendrá que diseñar un Plan de Comunicación Político y/o institucional (centrándose en una campaña electoral o campaña temática de gestión institucional) y seguir las indicaciones del tutorial para crear a partir de él la Estrategia Social Media: por canal, por formato, por mensaje, por conjugación con plan de medios. Se abordará la monitorización de hashtag concretos, así como la interacción, creatividad y retos como pilares de las estrategias de comunicación política en “nuevos” canales como Tik Tok.

#### **Taller 5. Elaboración del discurso político e institucional en clave emocional a través de storytelling: Liberato Antonio Pérez (15 horas)**

1. El alumno/a creará una simulación de partido político del que partirá su ejercicio concreto, para lo cual realizará los siguientes pasos: establecer un decálogo ideológico, “designar” un personaje de líder/lideresa de partido, escoger un arquetipo, elaborar la Buyer Persona de dicho partido político.

2. Redactar la estrategia de storytelling en uno de los cuatro supuestos siguientes.

1. Tomar la función de gabinete de comunicación y esbozar un discurso electoral.

<sup>1</sup> Deberá cumplimentarse una Guía por cada módulo (o materia/asignatura, en el caso de que el programa de estudios no esté estructurado en módulos).

2. Tomar la función de gabinete de comunicación y esbozar un discurso para la propuesta de medida del área a determinar por el alumno/a.
3. Tomar la función de gabinete de comunicación y esbozar un discurso de toma de medidas para una situación de crisis.
4. Tomar la función de gabinete de comunicación y esbozar una entrevista, en un medio nacional en programa de prime time, tras la salida del poder

**Taller 6. Discurso político y oratoria: Luis M. Romero Rodríguez (15 horas)**

1. El alumno aprenderá las claves para la creación de un discurso, atendiendo los siguientes aspectos:

- Discurso y creación de la realidad social
- Preparación del discurso
- Tipología de audiencia por aspecto sensorial
- La exposición: concepto y características
- Comportamientos discursivos.

2. El alumno aprenderá a crear y desarrollar un discurso oral, atendiendo a:

- La comunicación paralingüística
- Los vicios más comunes del habla discursiva
- Elaboración de frases preconcebidas
- Mnemotecnia y mapas mentales
- Réplicas y contrarréplicas

**Taller 7. La imagen como estrategia de comunicación efectiva: Pastora López Raposo (15 horas)**

Esta formación práctica está encaminada a proporcionar los conocimientos, herramientas y habilidades necesarias para potenciar la imagen el líder con éxito, adaptada a las nuevas formas y modos de comunicación.

Los principales contenidos del taller son los siguientes:

- Cómo afecta la imagen del líder a su organización y a sus expectativas
- Cómo crear una imagen sólida y diferenciadora
- Indumentaria, apariencia física, expresiones faciales y gestuales
- Comunicación no verbal

**Número de créditos ECTS**

- Créditos teóricos:
- Créditos prácticos: 10.5
- Distribución de horas de trabajo del estudiante:
  - Nº total de horas: 105
  - Clases Teóricas: xClases Prácticas: 25
  - xTutorías Especializadas (presenciales o virtuales):
    - Colectivas: 20
    - Individuales:
  - xRealización de Actividades Académicas Dirigidas:
    - Con presencia del profesor: 25
    - Sin presencia del profesor: 25
  - Otras actividades (especificar):

<sup>1</sup> Deberá cumplimentarse una Guía por cada módulo (o materia/asignatura, en el caso de que el programa de estudios no esté estructurado en módulos).

- Intervención en foros: 10
- Atención de correos y chats
- Preparación de clases:
- Realización de ejercicios prácticos:
- Exámenes:
- Otros:

**Cronograma de desarrollo docente**

Módulo	Materia/ Asignatura	Profesor	Nº de ECTS presenciales	Nº de ECTS virtuales	Fecha inicio	Fecha final	Horarios
Taller 1	<b>Diseño de Plan de Comunicación y Gestión de Crisis</b>	Luis Arroyo		1.5	17/10/2022	04/12/2022	Virtual
Taller 2	<b>Elaboración de una marca política institucional</b>	Isaac Pérez		1.5	17/10/2022	04/12/2022	Virtual
Taller 3	<b>Reconocer, diseñar y aplicar estrategias de gestión emocional en contextos políticos e institucionales</b>	Yolanda Navarro Abal		1.5	17/10/2022	04/12/2022	Virtual
Taller 4	<b>Creación de un plan de comunicación político e institucional digital y su implementación en una estrategia social media</b>	Vanesa Navarro		1.5	17/10/2022	04/12/2022	Virtual
Taller 5	<b>Elaboración del discurso político e institucional en clave emocional a través de storytelling</b>	Liberato A. Pérez		1.5	17/10/2022	04/12/2022	Virtual
Taller 6	<b>Discurso político y oratoria</b>	Luis M. Romero		1.5	17/10/2022	04/12/2022	Virtual
Taller 7	<b>La imagen como estrategia de comunicación efectiva</b>	Pastora López Raposo		1.5	17/10/2022	04/12/2022	Virtual

**Sistema de evaluación**

Los sistemas y criterios de evaluación que se aplicarán en la asignatura son los siguientes:

1. Participación activa en foros debate de análisis y reflexión (25 %).
2. Realización del caso práctico propuesto, con diversos hitos evaluables (75%)

<sup>1</sup> Deberá cumplimentarse una Guía por cada módulo (o materia/asignatura, en el caso de que el programa de estudios no esté estructurado en módulos).

### Observaciones

En Huelva, a 19 de enero de 2022

Fdo.: José A. Climent Rodríguez

Conforme a lo dispuesto en la legislación vigente en materia de protección de datos de carácter personal (Reglamento (UE) 2016/679, de 27 de abril) le informamos que los datos personales que nos ha facilitado pasarán a ser tratados por la UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE ANDALUCÍA como responsable del tratamiento, siendo órgano competente en la materia la Dirección del Área de Gestión Académica (Monasterio Santa María de las Cuevas, C/ Américo Vespucio nº2, Isla de La Cartuja, 41092 Sevilla) ante quien Ud. puede ejercitar sus derechos de acceso, rectificación, limitación, oposición o portabilidad señalando concretamente la causa de su solicitud y acompañando copia de su documento acreditativo de identidad. La solicitud podrá hacerse mediante escrito en formato papel o por medios electrónicos.

Caso de no obtener contestación o ver desestimada su solicitud puede dirigirse al Delegado de Protección de Datos de la Universidad ([rqpd@unia.es](mailto:rqpd@unia.es); Tfno. 954462299) o en reclamación a la Agencia Española de Protección de Datos a través de los formularios que esa entidad tiene habilitados al efecto y que son accesibles desde su página web: <https://sedeagpd.gob.es>.

Como responsable, la Universidad le informa que exclusivamente tratará los datos personales que Ud. le facilite para dar cumplimiento a los siguientes fines:

a) Gestión académica y administrativa de:

- Participación en procesos de acceso y admisión a las enseñanzas oficiales (Grado, Máster y Doctorado) o de formación Continua de la Universidad Internacional de Andalucía.
- Inscripción y/o matrícula como alumno en cualquiera de las titulaciones oficiales (Grado, Máster y Doctorado), Formación Continua u otras actividades académicas ofrecidas por la Universidad Internacional de Andalucía.
- Participación en convocatorias de becas y ayudas al estudio de la Universidad Internacional de Andalucía, la Admón. General del Estado o la de las Comunidades Autónomas y de otras entidades públicas o privadas.
- Participación en convocatorias de programas de movilidad de carácter nacional o internacional.
- Obtención y expedición de títulos oficiales, títulos propios y otros títulos académicos.

b) Gestión de su participación como estudiante en prácticas y actividades formativas nacionales o internacionales en instituciones, empresas, organismos o en otros centros.

c) Utilización de servicios universitarios como obtención del carné universitario, bibliotecas, actividades deportivas u otros.

La Universidad se encuentra legitimada para tratar estos datos al ser necesarios para la ejecución de la relación jurídica establecida entre Ud. y la Universidad y para que ésta pueda cumplir con sus obligaciones legales establecidas en la Ley Orgánica 6/2001, de Universidades.

Usted responde de la veracidad de los datos personales que ha proporcionado a la Universidad y de su actualización.

La Universidad comunicará los datos personales que sean indispensables, y nunca en otro caso, a las siguientes categorías de destinatarios:

- A otras Administraciones y organismos públicos para el ejercicio de las competencias que les sean propias y compatibles con las finalidades arriba enunciadas (Así -a modo enunciativo y no limitativo- a Ministerios con competencias en educación y ciencia, a otras administraciones, a otras Universidades o Centros formativos equivalentes para la gestión de traslados, a empresas para la realización de prácticas).
- A entidades bancarias para la gestión de pagos y cobros.
- A organismos públicos o privados en virtud de la celebración de convenios de colaboración o contratos, conforme a lo dispuesto en la legislación vigente en materia de Protección de Datos.
- A los servicios de la propia Universidad que sean adecuados para gestionar la utilización de los servicios universitarios ofertados.

Sus datos de carácter personal se tratarán y conservarán por la Universidad conforme a la legislación vigente en materia de protección de datos, pasando luego a formar parte -previo expurgo- del Archivo Histórico Universitario conforme a lo dispuesto en la legislación sobre Patrimonio Histórico.

La Universidad sólo prevé la transferencia de datos a terceros países en el caso de su participación como alumno en alguno de los programas de formación o becas de carácter internacional. La transferencia se realizará siguiendo las directrices establecidas al respecto por el Reglamento Europeo de Protección de Datos y normativa de desarrollo.

El Servicio de Protección de Datos de la Universidad Internacional de Andalucía cuenta con una página en la que incluye legislación, información y modelos en relación con la Protección de Datos Personales a la que puede acceder desde el siguiente enlace: <https://www.unia.es/protecciondatos>.

<sup>1</sup> Deberá cumplimentarse una Guía por cada módulo (o materia/asignatura, en el caso de que el programa de estudios no esté estructurado en módulos).