



**Facultad de Comunicación**

**M.U. en Comunicación Institucional y Política  
(RD.1393/07)**

**Memoria de Verificación**

**2011-2012**



# FORMULARIO PARA LA ELABORACIÓN DE LA MEMORIA DE VERIFICACIÓN DE TÍTULOS OFICIALES DE MÁSTER UNIVERSITARIO

**Denominación del Título:**

*Máster Universitario en Comunicación Institucional y Política por la Universidad de Sevilla*

**Rama del Conocimiento:**

*CIENCIAS SOCIALES Y JURÍDICAS*

**Centro responsable:**

*FACULTAD DE COMUNICACION*

<b>Versión</b>	<b>Consejo de Gobierno</b>	<b>Implantación / Modificación Sustancial</b>	<b>Año Implantación</b>
V01	25-02-2011	Implantación del Título	2011

## 1.- DESCRIPCIÓN DEL TÍTULO

1. **Denominación:** Máster Universitario en Comunicación Institucional y Política
2. **Universidad y Centro responsable:** Universidad de Sevilla, Facultad de Comunicación
3. **Tipo de enseñanza:** presencial
4. **Número de plazas ofertadas:** 40 plazas para cada curso académico

### 1.0.- RESPONSABLE DEL TÍTULO

1º Apellido:	Checa		
2º Apellido:	Godoy		
Nombre:	Antonio	NIF:	25881961S
Centro responsable del título:	Facultad de Comunicación		

### 1.1.- DENOMINACIÓN Y CARACTERÍSTICAS GENERALES DEL TÍTULO

Denominación del título:	Máster Universitario en Comunicación Institucional y Política por la Universidad de Sevilla
--------------------------	---

### 1.2.- CENTRO RESPONSABLE DE ORGANIZAR LAS ENSEÑANZAS

Centro/s donde se impartirá el título:	Facultad de Comunicación
Universidades participantes (únicamente si se trata de un título conjunto, adjuntando el correspondiente convenio):	

### 1.3.- TIPO DE ENSEÑANZA Y RAMA DEL CONOCIMIENTO A QUE SE VINCULA

Tipo de enseñanza:	Presencial
Rama de conocimiento:	Ciencias Sociales y Jurídicas

### 1.4.- NÚMERO DE PLAZAS DE NUEVO INGRESO OFERTADAS

Número de plazas de nuevo ingreso ofertadas en el 1º año de implantación:	40
Número de plazas de nuevo ingreso ofertadas en el 2º año de implantación:	40
Número de plazas de nuevo ingreso ofertadas en el 3º año de implantación:	40
Número de plazas de nuevo ingreso ofertadas en el 4º año de implantación:	40

### 1.5.- NÚMERO DE CRÉDITOS DEL TÍTULO Y REQUISITOS DE MATRÍCULACIÓN

Número de créditos ECTS del título:	60
Número mínimo de créditos ECTS de matrícula por el estudiante y período lectivo:	30
Normas de permanencia:	<a href="http://www.us.es/downloads/estudios/nuevosplanes/permanpdf.pdf">http://www.us.es/downloads/estudios/nuevosplanes/permanpdf.pdf</a>

### 1.6.- RESTO DE INFORMACIÓN NECESARIA PARA LA EXPEDICIÓN DEL SET

Profesión regulada para la que capacita el título: (Sólo para profesiones reguladas en España)	
Lenguas utilizadas a lo largo del proceso formativo:	Lengua Español

## 2.- JUSTIFICACIÓN

### 2.1.- JUSTIFICACIÓN DEL TÍTULO: INTERÉS ACADÉMICO, CIENTÍFICO Y/O PROFESIONAL

*Al prestar atención a la Comunicación Institucional y Política damos respuesta a la fuerte demanda profesional de formación específica en dos campos de creciente importancia dado que la Comunicación es hoy una herramienta decisiva para calibrar el éxito de cualquier institución social y es por añadidura un vehículo muy eficiente para la transmisión del conocimiento.*

*La justificación de esta propuesta de Máster reside en la conveniencia de aportar una base teórica y metodológica para la formación de comunicadores en los ámbitos institucional y político, así como un conocimiento básico para el uso de las herramientas de investigación en ciencias sociales, así como del uso de bases de datos y referencias en bibliotecas físicas y en red.*

*Cabe recordar en este punto que el Plan Nacional de I+D+I 2008-2012 del MEC contempla dos grandes áreas donde resulta fundamental la investigación en Comunicación: el Programa Nacional de Ciencias Sociales, Económicas y Jurídicas y el Programa Nacional de Humanidades. Entre las 22 líneas prioritarias de este último programa aparecen dos líneas directamente relacionadas con la comunicación: Estudio de las técnicas comunicativas (área 01.16) y Comunicación interpersonal, de masas e institucional (área 01.14).*

*Además, este Máster aborda cuestiones centrales en el estudio de la Comunicación cuyo objetivo final es la comprensión de los medios, los contenidos y los procesos de Comunicación pública que transforman el comportamiento político y cívico de los ciudadanos. Facilita, por tanto, una formación profesional especializada de alto nivel en el campo cada vez más determinante de la Comunicación, concebida como un proceso permanente, resultado de muchas contribuciones colectivas e individuales, así como la consecuencia de un detenido esfuerzo de planificación.*

*Por ello, entendemos que la Comunicación Política debe nutrirse necesariamente del estudio, del método, de la reflexión y de la investigación. No puede permanecer expuesta al azar ni a la improvisación.*

*La necesaria racionalización de los procesos comunicativos nos obliga siempre, con anterioridad a la formulación de objetivos y a la elección de las metodologías e instrumentos más aconsejables, a analizar el mercado de la Comunicación.*

*De este modo, se hace imprescindible la realización de planes de comunicación institucional y el sometimiento a los esquemas de trabajo y funcionamiento propios del marketing, dando lugar a una disciplina diferenciada que denominamos Marketing Político, a la que prestaremos especial atención.*

*La Comunicación Institucional y Política es una herramienta al servicio de instituciones y partidos, que permite mejorar su visibilidad positiva y potenciar nuestra ubicación relativa en un contexto plagado de competidores, cuando no de adversarios directos.*

*Además, la política está marcada hoy por las frecuentes citas electorales, por el vértigo de las sociedades modernas y por el concurso de nuevos avances tecnológicos que dinamitan los procesos comunicativos tradicionales. Todo ello debe ser estudiado en profundidad y eso fue lo que impulsó, hace años, la puesta en marcha del Curso de Experto en Comunicación Institucional y Marketing Político, un título propio de la Universidad de Sevilla. A partir de esa experiencia, y comprobada la constante demanda de formación altamente especializada en estos ámbitos, se propone ahora la creación de este título oficial de Máster Universitario adaptado a la nueva estructura formativa universitaria derivada de nuestra incorporación al EEES.*

*Paralelamente, este Máster aborda cuestiones centrales en el estudio de la Comunicación, la acción política y la gestión pública cuyo objetivo final es la comprensión de los medios, los contenidos y los procesos de comunicación pública que afectan a los ciudadanos en cuanto sujetos activos y pasivos de la vida política y social de su país. Facilita por tanto una formación profesional especializada de alto nivel en el campo cada vez más determinante de la gestión de la comunicación institucional, política y social.*

*Son destinatarios también de este Máster los líderes de opinión en cualquier ámbito, profesionales de las industrias culturales, gestores del conocimiento y sistemas de información, educadores, y en general profesionales de la comunicación, la educación y la cultura que deseen obtener una formación actualizada que les ayude a difundir sus mensajes con mayor eficacia.*

*El alumno del Máster en Comunicación Institucional y Política tiene acceso a un amplio y completo planteamiento de todos los aspectos de la comunicación aplicada a esos ámbitos, a través de los diferentes módulos propuestos, que le harán disponer de las herramientas teórico-metodológicas y prácticas para introducir al alumnado en el conocimiento de los principales problemas teóricos y prácticos de la comunicación pública en las sociedades democráticas.*

*Además, dispondrá de las herramientas necesarias para el análisis cuantitativo y cualitativo de contenidos, así como para el estudio de los formatos al uso de discursos informativos, publicitarios y audiovisuales. Se trata finalmente de aportar herramientas teórico-metodológicas a partir de un enfoque pluridisciplinar, para introducir al alumnado en el conocimiento de los mecanismos de acción social a través de la Comunicación.*

*El profesorado de este Máster en Comunicación Institucional y Política, doblemente orientado a la investigación y a la práctica profesional, está integrado por doctores especialistas en las materias propuestas en los módulos. En la nómina de los profesores se hallan por tanto profesores de la Facultad de Comunicación y de otras Facultades de la Universidad de Sevilla, así como profesionales de otros entornos directamente relacionados con las competencias en formación que procura el Máster.*

#### **EN SU CASO, NORMAS REGULADORAS DEL EJERCICIO PROFESIONAL**

No procede.

#### **2.2.- REFERENTES EXTERNOS A LA UNIVERSIDAD PROPONENTE QUE AVALEN LA ADECUACIÓN DE LA PROPUESTA A CRITERIOS NACIONALES O INTERNACIONALES PARA TÍTULOS DE SIMILARES CARACTERÍSTICAS ACADÉMICAS**

*Uno de los elementos de consulta externos han sido los Libros Blancos. Durante el proceso de elaboración de los mismos, se incluyó en las comisiones a representantes de colegios profesionales y/o empresas e instituciones afines a la naturaleza del título.*

*Por otra parte, los módulos comunes acordados por el Consejo Andaluz de Universidades fueron propuestos en comisiones de rama que contaban con la presencia de agentes sociales. Estos estuvieron también presentes en las comisiones de rama que aprobaron finalmente las estructuras modulares de los títulos.*

*Igualmente, la Universidad de Sevilla encargó un proyecto de análisis estratégico para la convergencia europea que contemplaba entre sus objetivos valorar para cada una de las titulaciones las competencias genéricas que los empleadores y agentes sociales consideraban básicas en la formación de los estudiantes universitarios. En dicho estudio participaron tanto empleadores públicos y privados, como poderes públicos, colegios profesionales y asociaciones de diverso tipo. Las conclusiones de ese estudio han servido de base para orientar las propuestas de título.*

*Aunque no se contempla la obligatoriedad de este epígrafe en las propuestas de estudios de Máster, debe hacerse notar un argumento fundamental que avala la oferta que aquí se presenta.*

*La Facultad de Comunicación viene impartiendo enseñanzas de Doctorado desde los primeros años de su creación, concretamente desde 1989, lo que acredita la trayectoria del centro en este ámbito. Ha sido, como podrá comprobarse con los datos que se adjuntan, tarea que, junto con la docencia en Licenciatura, ha supuesto uno de los pilares fundamentales en las actividades de este centro. Desde entonces hasta ahora se han desarrollado los siguientes programas de Doctorado:*

- Programa “La información en prensa, radio y televisión”.
- Programa “Literatura y Comunicación”.
- Programa “Procesos de la Comunicación Audiovisual”.
- Programa “Periodismo, Comunicación e Información. Teorías, Métodos y Sistemas”.
- Programa “Comunicación y Crítica de la Cultura”.
- Programa “Periodismo y Sociedad. Perspectivas, Estrategias y Tendencias”.
- Programa “El Periodismo en el contexto de la sociedad”
- Programa “Comunicación y Cultura en la Sociedad de la Información”

Por otra parte, y este resulta un dato esencial a nuestro entender, han cursado estudios en estos programas - en estos más de veinte años de recorrido - un total aproximado de 800 alumnos, lo que implica un promedio de 40 alumnos matriculados en Doctorado en cada curso académico. Por tanto, si en términos globales puede afirmarse que la Universidad española ha sufrido en los últimos años un desinterés creciente por parte de sus egresados, que abandonan los estudios tras la finalización de la Licenciatura, esta tendencia está lejos de comprobarse en los estudios de Comunicación de la Universidad de Sevilla.

Otra información relevante tiene que ver con el hecho de que muchos de estos alumnos provenían del extranjero, en torno a un 35%, siendo especialmente notable la afluencia de alumnos procedentes de Latinoamérica: Chile, Brasil, México, Venezuela, Colombia, y de Estados Unidos, así como de universidades europeas (Italia) y otras universidades españolas (Universidad de Málaga, Universidad Complutense de Madrid, Universidad del País Vasco...).

Finalmente, los programas de Doctorado impartidos en la Facultad de Comunicación se han distinguido por su orientación multidisciplinar, puesto que, además de recibir alumnos egresados de las tres licenciaturas de la Facultad, se ha acogido a alumnos procedentes de disciplinas como Filosofía, Geografía e Historia, Filología Hispánica, Matemáticas, Informática, Música...

De la misma manera, ese espíritu abierto a lo multidisciplinar se ha manifestado en la nómina de profesores de los cursos de Doctorado. Además de profesores de las mismas áreas de conocimiento pero de otros centros españoles o extranjeros, estos cursos han contado en efecto con profesores invitados de Sociología, Estética, Matemáticas, Ciencias Políticas, Antropología. Sus procedencias geográficas han sido también notablemente diversas: Portugal, México, Brasil, Cuba, Chile, Francia, Italia.

Los resultados académicos de esta formación en Doctorado son especialmente contundentes:

- Se han defendido en la Facultad un total de 72 Tesis Doctorales;
- Se han leído igualmente un total de 142 Trabajos de Investigación.

Uno de los objetivos finales del Máster propuesto es que, una vez que se hayan superado los distintos períodos tanto de formación como de investigación prescritos en el R. D. 1393/2007 de 29 de Octubre, los alumnos puedan concurrir con la mejor formación posible a los concursos públicos universitarios para los que sea indispensable ser doctor



**2.3.- DESCRIPCIÓN DE LOS PROCEDIMIENTOS DE CONSULTA INTERNOS Y EXTERNOS UTILIZADOS PARA LA ELABORACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS****2.3.1.- Procedimientos de consulta INTERNOS**

*El primer procedimiento de consulta interno empleado para hacer realidad este Máster fueron conversaciones entre los doctores Juan Luis Manfredi y Ramón Reig, donde se barajaron varias temáticas hasta decidirse por ésta. A continuación, el Dr. Reig se entrevistó con el Dr. Enrique J. López Lara, director del Secretariado de Máster Universitario, quien mostró su apoyo al proyecto y en todo momento lo ha asesorado.*

*El segundo paso para la elaboración del plan de estudios de este Máster fue la creación, a instancias del Consejo del Departamento de Periodismo II, y previo informe al Decanato, de una Comisión de Trabajo con la siguiente composición: un Coordinador, un Secretario, y un representante por cada uno de los Departamentos universitarios que ya imparten docencia en la Facultad de Comunicación: Departamento de Periodismo I, Departamento de Periodismo II, Departamento de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Literatura, Departamento de Sociología, Departamento de Psicología Social, Departamento de Derecho Constitucional y Departamento de Derecho Administrativo.*

*El 22 de Marzo de 2010 tuvo lugar una primera reunión preparatoria, en la que el Departamento de Derecho Administrativo informó que no iba a participar en el proyecto.*

*Los representantes de los Departamentos fueron designados por los directores o los Consejos de Departamento de los mismos. La Comisión quedó constituida el día 26 de Abril de 2010 con los siguientes miembros:*

- *Coordinador: Dr. Juan Luis Manfredi Mayoral (Dpto. de Periodismo II)*
- *Secretaria. Dra. Aránzazu Román San Miguel (Dpto. de Periodismo II)*
- *Representante del Departamento de Periodismo I: Dr. Rafael González Galiana*
- *Representantes Departamento de Periodismo II: Dra. Inés Méndez Majuelos, Dra. Pastora Moreno Espinosa y Dr. Antonio López Hidalgo.*
- *Representante del Departamento de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Literatura: Dr. Adrián Huici Módenes*
- *Representante del Departamento de Sociología: Dr. Miguel Altuna Isasmendi*
- *Representante del Departamento de Psicología Social: Dra. Yolanda Troyano Rodríguez*
- *Representante del Departamento de Marketing: Dr. Carlos Rodríguez Rad*
- *Representante del Departamento de Derecho Constitucional: Dra. Myriam Rodríguez-Izquierdo*

*Esta Comisión tuvo una primera reunión el 31 de Mayo de 2010, donde se fijaron las líneas fundamentales de actuación en términos académicos así como líneas directrices del Máster en el aspecto científico. Posteriormente, la Comisión de Trabajo ha venido convocándose cada dos semanas y ha mantenido sesiones de consulta con los directores de los Departamentos implicados y el Decano del Centro.*

*Por otro lado, esta Comisión ha recabado abundante información sobre otros planes de estudio de másteres aprobados en la Universidad de Sevilla u otras universidades, que ha utilizado como ejemplos y, en su caso, inspiración. Entre ellos, el Máster en Gestión de la Comunicación Política y Electoral de la Universidad Autónoma de Barcelona y el Máster en Comunicación Institucional y Política de la Universidad Carlos III.*

*La Comisión ha conocido también la experiencia de seis ediciones del Curso de Experto en Comunicación Institucional y Marketing Político y una del Máster del mismo nombre desarrollados en la Universidad de Sevilla entre 2001 y 2009 bajo la dirección del Dr. Juan Luis Manfredi Mayoral.*

*De todas las reuniones tuvo inmediata información el Decanato de la Facultad.*

*Por otra parte los estudios aquí programados tienen objetivos y planteamientos similares a los de*

estudios ofertados en países europeos de referencia en aspectos educativos como Francia, Italia, Reino Unido y Alemania. Así, planes de estudios muy próximos a los aquí presentados se cursan en el Institut Universitaire de Technologie Michel Montaigne (Burdeos), en la City University de Londres, la Università La Sapienza de Roma y en el Institut für Journalistik de la Universidad de Hamburgo.

### **2.3.2.- Procedimientos de consulta EXTERNOS**

Algunos de los indicados anteriormente:

La Comisión de elaboración del proyecto ha recabado abundante información sobre otros planes de estudio de másteres aprobados en la Universidad de Sevilla u otras universidades, que ha utilizado como ejemplos y, en su caso, inspiración. Entre ellos, el Máster en Gestión de la Comunicación Política y Electoral de la Universidad Autónoma de Barcelona y el Máster en Comunicación Institucional y Política de la Universidad Carlos III.

La Comisión ha conocido también la experiencia de seis ediciones del Curso de Experto en Comunicación Institucional y Marketing Político y una del Máster del mismo nombre desarrollados en la Universidad de Sevilla entre 2001 y 2009 bajo la dirección del Dr. Juan Luis Manfredi Mayoral.

Por otra parte los estudios aquí programados tienen objetivos y planteamientos similares a los de estudios ofertados en países europeos de referencia en aspectos educativos como Francia, Italia, Reino Unido y Alemania. Así, planes de estudios muy próximos a los aquí presentados se cursan en el Institut Universitaire de Technologie Michel Montaigne (Burdeos), en la City University de Londres, la Università La Sapienza de Roma y en el Institut für Journalistik de la Universidad de Hamburgo.

Otros procedimientos de consulta externa:

- a) Entrevistas y encuestas con estudiantes egresados de la Facultad de Comunicación para conocer su opinión sobre las necesidades de especialización una vez concluidos sus estudios de licenciatura o de grado.
- b) Consultas y entrevistas con responsables académicos y PDI de otras universidades españolas y con responsables de la administración autonómica y de la Universidad de Sevilla.
- c) Consultas a los profesores de la Facultad de Comunicación que ya imparten cursos de máster en otros programas de la universidad española para intercambiar experiencias y prever dificultades.

Consultas de otros títulos de másteres en Comunicación de las principales universidades españolas, europeas enumerados en el apartado anterior.



### 3.- OBJETIVOS

#### 3.1.- OBJETIVOS Y COMPETENCIAS GENERALES DEL TÍTULO

##### 3.1.1.- OBJETIVOS

El diseño del título se atiene a las normas y regulaciones vigentes respecto a la igualdad de oportunidades, no discriminación y accesibilidad, contemplados en la Ley 51/2003 de 2 de diciembre de igualdad de oportunidades, no discriminación y accesibilidad universal de las personas con discapacidad. Se pondrán en marcha los medios que el Servicio de Asistencia a la Comunidad Universitaria tiene previsto para la atención a estudiantes con necesidades educativas especiales que pueden consultarse en la dirección electrónica [http://www.sacu.us.es/sacu/es/05\\_04.asp](http://www.sacu.us.es/sacu/es/05_04.asp)

Las garantías de igualdad de género están supervisadas por la Unidad para la Igualdad, una institución recientemente constituida en la Universidad de Sevilla encargada de vigilar las mismas y de promover políticas de igualdad.

Por otro lado, el objetivo de vigilar, hacer cumplir y promover los principios de igualdad de oportunidades y accesibilidad universal de las personas con discapacidad y los valores propios de una cultura de la paz y de valores democráticos está presente en la titulación, por lo que hay definida una competencia genérica relacionada con el mismo. Dado que se trata de una competencia genérica, esta se entrena de modo transversal, como recomiendan las políticas actuales sobre igualdad, y se contempla si no en todos, en la mayoría de los módulos de la titulación. No obstante, si en la propuesta de grado hay algún módulo o materia que tenga contenidos conceptuales relacionados expresamente con estos principios, se hace constar expresamente

El Máster en Comunicación Institucional y Política se plantea como objetivos formativos los siguientes:

##### 1.- Formación de calidad.

La primera finalidad del Máster en Comunicación Institucional y Política es la formación de profesionales especializados en los campos relacionados con la gestión, promoción y estrategia dentro del ámbito de la comunicación política, aunque sus contenidos no están orientados sólo a la preparación de campañas electorales, pues se proyectan sobre la necesidad de fortalecer los mecanismos de comunicación, de mantenimiento, estímulo, información, etc., indispensables para la vida política.

##### 2.- Perspectiva multidisciplinar

Este Máster en Comunicación Institucional y Política se caracteriza por la multidisciplinariedad. El programa ofrece al alumnado módulos temáticos que permiten obtener una visión de conjunto sobre la Comunicación Política y cuya docencia ha sido encomendada a siete Departamentos

##### 3.- Visión de marketing

Son muchas las disciplinas que vierten sus conocimientos y metodologías sobre la comunicación política. Sin embargo, hoy, nadie cuestiona la enorme influencia que ha adquirido el marketing en la gestión de la comunicación política, con toda su batería de procedimientos, ya avalados en el competitivo ámbito de la esfera comercial.

##### 4.-Gestión activa de la comunicación institucional

Los partidos políticos son instituciones que ejercen de intermediarios entre la opinión pública y la administración pública y se convierten en actores sociales imprescindibles para la comunicación política. El Máster en Comunicación Institucional y Política trata de analizar el comportamiento y la importancia social de unas estructuras de poder, orgánicas y jerarquizadas, sin las que resulta imposible entender el funcionamiento de nuestras democracias. Por otro lado, los partidos políticos y

*sus portavoces deben orientar su actividad bajo los postulados de la Comunicación Institucional, para lo que es indispensable la contribución de profesionales especializados*

5.- Planificar la Comunicación

*Para extraer el máximo rendimiento a la comunicación, debe hacerse sobre la base de la investigación, la planificación y la creatividad. Para ser eficaz, la Comunicación debe acometerse desde parámetros científicos y metodológicos.*

6.- Conocer el entorno

*Es imposible planificar la comunicación sin la realización de análisis de campo que nos permitan conocer el entorno, saber quiénes somos, localizar a nuestros adversarios, determinar nuestras oportunidades y reconocer hasta dónde podemos llegar.*

*Resulta imprescindible disponer de un aprendizaje básico en las diferentes herramientas de investigación social a nuestro servicio para llegar a ser profesionales eficaces en este terreno. Eso es lo que persigue también este Máster.*

7.- Conocimiento de las reglas del juego político

*La Comunicación política y electoral se desarrolla dentro de un terreno de juego cuyo perímetro está delimitado por la Ley. El diseño y puesta en marcha de una estrategia de comunicación política debe conocer y tener en cuenta los límites legales. El conocimiento, por tanto, de las reglas del juego político resulta imprescindible en la planificación docente de este Máster.*

8.- Proyección práctica

*La planificación docente del Máster en Comunicación Institucional y Política de la Universidad de Sevilla tiene una prioritaria proyección práctica.*

*También son objetivos de este Máster:*

- *Fomentar y garantizar el respeto a los Derechos Humanos y a los principios de accesibilidad universal, igualdad, no discriminación y los valores democráticos y de la cultura de la paz.*
- *Transmitir conocimientos y criterios sobre las principales áreas de trabajo científico en comunicación institucional y política, en especial en cuanto a la incidencia de las nuevas tecnologías de la comunicación.*
- *Ofertar experiencia práctica en el seno de organismos e instituciones.*
- *Promover los futuros trabajos de tesis doctoral y de investigación mediante la realización del Trabajo de Fin de Máster, como base de un verdadero trabajo de Doctorado de calidad.*

**3.1.2.- COMPETENCIAS GENERALES Y ESPECÍFICAS QUE LOS ESTUDIANTES DEBEN ADQUIRIR DURANTE SUS ESTUDIOS Y QUE SON EXIGIBLES PARA OTORGAR EL TÍTULO**

Deben describirse las competencias básicas del RD 1393/2007 (CBnúmero), las competencias generales o transversales (CGnúmero) y las competencias específicas (CEnúmero).

*El master proporciona al alumnado oportunidades para desarrollar competencias en: a) la aplicación de conocimientos adquiridos y capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos multidisciplinares; b) integrar conocimiento y enfrentarse a la capacidad de generar juicios a partir de información incompleta, incluyendo reflexiones sobre la responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios; c) 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; d) habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser, en gran medida, autónomo.*

*A continuación se relacionan las competencias básicas contempladas en el RD 1393/2007, las competencias generales y las competencias específicas que adquirirán los estudiantes que cursen este título. Se muestra además la vinculación con los módulos a los que se asocian.*

		M-I	M-II	M-III	M-IV	M-V	M-VI	M-VII	M-VIII
	<b>Competencias Básicas (RD 1393/2007)</b>								
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	X	X	X	X	X	X	X
CB7	Saber aplicar los conocimientos adquiridos y tener la capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos multidisciplinares	X	X	X	X	X	X	X	X
CB8	Saber integrar el conocimiento y enfrentarse a la capacidad de generar juicios a partir de información incompleta, incluyendo reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios	X	X	X	X	X	X	X	X
CB9	Saber 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	X	X	X	X	X	X	X
CB10	Tener habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser, en gran medida, autónomo.	X	X	X	X	X	X	X	X
	<b>Competencias generales</b>								
CG1	Capacidad de organización, coordinación y planificación	X						X	
CG2	Habilidad para gestionar información desde diferentes fuentes	X	X			X		X	X

CG3	Capacidad competitiva para resolver problemas y tomar decisiones				X			X	
CG4	Capacidad de aplicar los conocimientos a la práctica					X	X	X	X
CG5	Redactar informes y/ documentos						X	X	X
CG6	Capacidad para utilizar herramientas informáticas relativas al ámbito de trabajo			X				X	X
<b>Competencias específicas</b>									
CE1	Conocer y tener capacidad para manejar el concepto de comunicación institucional en general y política en particular	X						X	
CE2	Desarrollar, sobre una base teórico-práctica, la capacidad para elaborar planes de comunicación institucional y política	X						X	X
CE3	Disponer de la capacidad profesional para el desempeño en el área del Periodismo Político	X						X	
CE4	Adquirir el conocimiento avanzado de la vinculación de la persuasión y la propaganda con la comunicación política	X						X	
CE5	Disponer de capacidad para leer y analizar textos y documentos especializados		X					X	X
CE6	Tener capacidad y desarrollar la habilidad para recuperar, organizar, analizar y procesar información especializada		X					X	X
CE7	Disponer de capacidad y habilidad de exponer razonadamente ideas		X					X	X
CE8	Saber buscar, seleccionar y jerarquizar cualquier tipo de fuente o documento		X					X	X
CE9	Conocer procesos para recuperar, organizar, analizar y procesar información y comunicación		X					X	X
CE10	Adquirir conocimiento avanzado del Marketing Político			X				X	
CE11	Desarrollar y usar aplicaciones del Marketing comercial a los ámbitos institucional y político			X				X	
CE12	Conocer y tener capacidad para diseñar estrategias de comunicación				X			X	
CE13	Conocer y desarrollar la capacidad para diseñar y ejecutar planes de comunicación				X			X	
CE14	Conocer y tener capacidad y habilidad para diseñar modelos de comunicación				X			X	
CE15	Comprender y analizar estudios sobre opinión pública					X		X	
CE16	Tener capacidad para utilizar con criterios periodísticos los datos de opinión					X		X	
CE17	Saber desarrollar la capacidad y					X		X	

	habilidad para diseñar modelos de recogida de datos sobre opinión pública.								
CE18	Comprender y analizar campañas electorales.						X	X	
CE19	Elaborar materiales electorales						X	X	
CE20	Tener capacidad y habilidad para diseñar modelos de campañas electorales.						X	X	
CE21	Saber crear, planificar y gestionar adecuadamente un proyecto de comunicación institucional y política en todas sus etapas y facetas.								X

## 4.- ACCESO Y ADMISIÓN DE ESTUDIANTES

### 4.1.- SISTEMAS DE INFORMACIÓN PREVIA A LA MATRICULACIÓN Y PROCEDIMIENTOS ACCESIBLES DE ACOGIDA Y ORIENTACIÓN DE LOS ESTUDIANTES DE NUEVO INGRESO PARA FACILITAR SU INCORPORACIÓN A LA UNIVERSIDAD Y LA TITULACIÓN

*Los sistemas de información previstos se canalizan a través de dos procedimientos fundamentales: la información que con carácter general ofrece la Universidad de Sevilla, Vicerrectorado de Ordenación Académica y la información que ofrecerán los Departamentos implicados mediante cartelería y difusión en las webs de la Facultad de Comunicación, de los Departamentos y portales universitarios de utilización mayoritaria por parte de los alumnos.*

*A los estudiantes de nuevo ingreso se les recibirá en una sesión informativa con posterioridad a la publicación de la lista de preinscripción, de forma que cuenten con la información más precisa posible antes de ratificar su decisión de cursar el Máster. Una vez publicada la lista de inscritos definitivos, y antes del comienzo de las clases, se organizará una nueva sesión informativa y de acogida.*

### 4.2.-CRITERIOS DE ACCESO Y CONDICIONES O PRUEBAS DE ACCESO ESPECIALES

*El Máster en Comunicación Institucional y Política de la Universidad de Sevilla está dirigido a quienes reuniendo los requisitos académicos previstos por la ley estén interesados en el desarrollo y aplicación de sus conocimientos en las áreas disciplinares de sus distintos módulos temáticos.*

*Preferentemente, los alumnos deberán ser titulados en Ciencias de la Comunicación o en cualquier carrera de las ramas de las Ciencias Sociales, pero en general este Máster está dirigido a licenciados que aspiren a recibir una formación sólida, compleja, avanzada y crítica en el terreno de la Comunicación aplicada en los ámbitos institucionales y políticos. Queremos reforzar teórica y prácticamente su formación con el objetivo de conseguir profesionales altamente cualificados, capaces de adquirir responsabilidades en estos ámbitos.*

*El Máster pretende convertirse en una plataforma de acceso a un mercado laboral que, cada día más, demanda profesionales altamente especializados en este terreno. A la vez, ayudará a profundizar en los aspectos reflexivos y críticos de los procesos sociales de comunicación masiva, de manera que aquellos que deseen acceder a una titulación de Doctorado lo hagan con una formación sólida en materias humanísticas y sociales, cualesquiera que sean sus estudios de procedencia.*

*Para valorar la adecuación de los alumnos candidatos se reunirá la Comisión de Seguimiento y Garantía de la Calidad del Máster, a fin de baremar la documentación aportada por cada alumno. Los criterios aplicados en esta baremación serán los de la afinidad de los estudios previos a la formación especializada que ofrece el Máster, así como su calidad.*

*En el caso de superar el número de solicitudes el de plazas ofertadas se dará preferencia a los candidatos que estén en posesión de un título de grado o licenciatura Comunicación. En un segundo nivel de prioridad se admitirán los candidatos que posean otra licenciatura, preferentemente del ámbito de las Ciencias Sociales (Antropología, Sociología, Políticas, Historia, Geografía, Económicas...).*

*Dentro de cada nivel de preferencia se empleará como criterio de discriminación la calificación media obtenida a lo largo de los estudios universitarios.*



**4.3.- SISTEMAS DE APOYO Y ORIENTACIÓN DE LOS ESTUDIANTES UNA VEZ MATRICULADOS**

Los profesores estarán a disposición del alumnado en sus despachos en horario oficial de tutoría publicado a través de los medios habituales de difusión de información académica por parte de los departamentos (especialmente sus páginas web). Las dudas y dificultades de los alumnos igualmente serán atendidas por correo electrónico. Para la resolución de dudas y problemas directamente relacionados con una asignatura determinada el alumno será atendido por el profesor o los profesores responsables de su impartición, mientras que para cuestiones de organización podrán dirigirse al director académico o al secretario.

El profesorado en general y la dirección académica en particular estarán en constante contacto con los alumnos, a los que se animará desde el comienzo a presentar con absoluta libertad cualquier sugerencia o propuesta encaminada a un mejor funcionamiento del máster. En el caso de las reclamaciones, si el problema no puede ser resuelto a través del diálogo entre el alumno y el profesor o el alumno y la dirección, el alumnado dispondrá de la posibilidad de manifestar su queja formalmente en un escrito dirigido al director académico, que procurará solucionar el asunto con los medios de que disponga, o, en caso de necesidad, reunirá a la ya mencionada Comisión de Seguimiento y Garantía de la Calidad del Máster, que deliberará sobre el problema y ofrecerá una solución al alumno reclamante

Con independencia de los programas de tutela puestos en marcha por el Máster, la Universidad pondrá en marcha un sistema general de tutela de estudiantes para garantizar el seguimiento de los estudiantes, la orientación curricular, académica y personal de estos y fomentar la integración de los mismos en la vida universitaria. Igualmente, estos programas se ocuparán progresivamente hacia la orientación profesional a medida que los estudiantes se aproximen a la finalización de sus estudios.

En la actualidad, la Universidad pone en marcha –y potenciará en el futuro- estos servicios de orientación a través de los siguientes mecanismos:

- a) El Plan de acción tutorial incluido en el Plan Propio de Docencia de la Universidad de Sevilla
- b) ([http://www.institucional.us.es/vdocencia/vd/pdf/IPlanPD\\_CG\\_28\\_10\\_08.pdf](http://www.institucional.us.es/vdocencia/vd/pdf/IPlanPD_CG_28_10_08.pdf))
- c) Asesoría Pedagógica del Servicio de Asistencia a la Comunidad Universitaria (<http://www.sacu.us.es/>)
- d) El Servicio de Prácticas en Empresas (<http://servicio.us.es/spe/>)
- e) La Unidad de Orientación e Inserción Profesional (<http://vtt.us.es/uoip/>)

**4.4.- TRANSFERENCIA Y RECONOCIMIENTO DE CRÉDITOS: SISTEMA PROPUESTO POR LA UNIVERSIDAD. (Incluir, al menos, el texto íntegro del acuerdo del Consejo de Gobierno).**

El Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales indica que, con objeto de hacer efectiva la movilidad de estudiantes, tanto dentro del territorio nacional como fuera de él, las universidades elaborarán y harán pública su normativa sobre el sistema de reconocimiento y transferencia de créditos, con sujeción a los criterios generales establecidos en el mismo.

Las propuestas de nuevas titulaciones y la elaboración de los nuevos planes de estudios hace necesario la aprobación de la mencionada normativa a efectos de su inclusión en las memorias de verificación de títulos que debe acompañarlas.

Por lo tanto, la Universidad de Sevilla, para dar cumplimiento al mencionado precepto, establece las presentes normas básicas, que serán de aplicación a los estudios universitarios oficiales de Grado y Máster.

## CAPITULO I: RECONOCIMIENTO DE CRÉDITOS

### Artículo 1. Definición

**Se entiende por reconocimiento la aceptación por la Universidad de Sevilla de los créditos que, habiendo sido obtenidos en unas enseñanzas oficiales, en ésta u otra universidad, son computados en otras distintas a efectos de la obtención de un título oficial.**

### Artículo 2. Reglas básicas para el reconocimiento de créditos en las enseñanzas oficiales de Grado

#### 2.1 Entre planes de estudio conducentes a distintos títulos oficiales

**2.1.1 Siempre que el título al que se pretende acceder pertenezca a la misma rama de conocimiento, serán objeto de reconocimiento la totalidad de los créditos correspondientes a las materias de formación básica de dicha rama.**

**2.1.2 Serán también objeto de reconocimiento los créditos obtenidos en aquellas otras materias de formación básica pertenecientes a la rama de conocimiento del título al que se pretende acceder.**

**2.1.3 El resto de los créditos podrán ser reconocidos por la universidad teniendo en cuenta la adecuación entre las competencias y conocimientos asociados a las restantes materias cursadas por el estudiante y los previstos en el plan de estudios o bien teniendo en cuenta su carácter transversal.**

#### 2.2 Entre planes de estudio conducentes al mismo título oficial

**2.2.1 En el ámbito del Sistema Universitario Público Andaluz serán objeto de reconocimiento automático los módulos o materias comunes definidas para cada título de Grado. En caso de no haberse superado íntegramente un determinado módulo, el reconocimiento se llevará a cabo por materias o asignaturas en función de las competencias y conocimientos asociados a las mismas.**

**2.2.2 En el caso de títulos oficiales de Grado que habiliten para el ejercicio de profesiones reguladas, para los que el Gobierno haya establecido las condiciones a las que han de adecuarse los planes de estudios, se reconocerán los créditos de los módulos definidos en la correspondiente norma reguladora. En caso de no haberse superado íntegramente un determinado módulo, el reconocimiento se llevará a cabo por materias o asignaturas en función de las competencias y conocimientos asociados a las mismas.**

**2.2.3 El resto de los créditos podrán ser reconocidos por la universidad teniendo en cuenta la adecuación entre las competencias y conocimientos asociados a las restantes materias cursadas por el estudiante y los previstos en el plan de estudios o bien teniendo en cuenta su carácter transversal.**

### Artículo 3. Reglas básicas para el reconocimiento de créditos en enseñanzas de Grado a partir de estudios previos en las anteriores enseñanzas universitarias

**3.1 Los estudiantes que hayan comenzado estudios conforme a anteriores ordenaciones universitarias podrán acceder a las enseñanzas de Grado previa admisión por la Universidad de Sevilla conforme a su normativa reguladora y lo previsto en el Real Decreto 1393/2007.**

#### 3.2 Títulos de Grado que sustituyen a títulos de las anteriores enseñanzas.

**3.2.1 En caso de extinción de una titulación diseñada conforme a sistemas universitarios anteriores por implantación de un nuevo título de Grado, la adaptación del estudiante al plan de estudios de éste último implicará el reconocimiento de créditos superados en función de la adecuación entre las competencias y conocimientos asociados a las materias cursadas por el estudiante y los previstos en el plan de estudios de la titulación de Grado.**

**3.2.2 Cuando tales competencias y conocimientos no estén explicitados o no puedan deducirse se tomarán como referencia el número de créditos y/o los contenidos de las materias o asignaturas cursadas.**

**3.2.3 Igualmente se procederá al reconocimiento de las materias cursadas que tengan carácter transversal.**

**3.2.4 A estos efectos, los planes de estudios conducentes a los nuevos títulos de Grado contendrán un cuadro de equivalencias en el que se relacionarán las materias o asignaturas del plan o planes de estudios en extinción con sus equivalentes en el plan de estudios de la titulación de Grado, en función de los conocimientos y competencias que deben alcanzarse en éste último.**

**3.2.5 En los procesos de adaptación de estudiantes de los actuales planes de estudio a los nuevos planes de los títulos de Grado deberá garantizarse que la situación académica de aquellos no resulte perjudicada.**

### **3.3 Reconocimiento de créditos entre estudios diferentes.**

**3.3.1 En el caso de estudios parciales previos realizados en la Universidad de Sevilla o en otra Universidad española o extranjera, sin equivalencia en los nuevos títulos de Grado, se podrán reconocer los créditos de las materias o asignaturas cursadas en función de la adecuación entre las competencias y conocimientos asociados a las materias superadas y las previstas en el plan de estudios de destino.**

**3.4 Quienes estando en posesión de un título oficial de Licenciado, Arquitecto, Ingeniero, Diplomado, Arquitecto Técnico o Ingeniero Técnico, accedan a las enseñanzas conducentes a la obtención de un título de Grado obtendrán el reconocimiento de créditos que proceda en función de la adecuación entre las competencias y conocimientos asociados a las materias cursadas y los previstos en el plan de estudios de la titulación de Grado, o por su carácter transversal.**

### **Artículo 4. Reglas básicas para el reconocimiento de créditos en las enseñanzas oficiales de Máster**

**4.1 Quienes estando en posesión de un título oficial de Licenciado, Arquitecto o Ingeniero, accedan a las enseñanzas conducentes a la obtención de un título oficial de Máster podrán obtener reconocimiento de créditos por materias previamente cursadas, en función de la adecuación entre las competencias y conocimientos asociados a las materias superadas y los previstos en el plan de estudios de las enseñanzas de Máster.**

**4.2 Igualmente, entre enseñanzas oficiales de Máster, sean de Programas Oficiales de Postgrado desarrollados al amparo del Real Decreto 56/2005 o de títulos de Master desarrollados al amparo del Real Decreto 1393/2007, serán objeto de reconocimiento las materias cursadas en función de la adecuación entre las competencias y conocimientos asociados a las enseñanzas superadas y los previstos en el plan de estudios del título de Máster que se curse en el momento de la solicitud.**

**4.3 En el caso de títulos oficiales de Máster que habiliten para el ejercicio de profesiones reguladas, para los que el Gobierno haya establecido las condiciones a las que han de adecuarse los planes de estudios, se reconocerán los créditos de los módulos definidos en la correspondiente norma reguladora. En caso de no haberse superado íntegramente un determinado módulo, el reconocimiento se llevará a cabo por materias o asignaturas en función de las competencias y conocimientos asociados a las mismas.**

**4.4 Se podrá obtener reconocimiento de créditos en estudios oficiales de Máster a partir de estudios previos cursados en títulos propios de la Universidad de Sevilla, en función de la adecuación entre las competencias y conocimientos asociados a las materias superadas y los previstos en el plan de estudios de las enseñanzas de Máster.**

### **Artículo 5. Reconocimiento de créditos por actividades universitarias**

**La Universidad de Sevilla reconocerá, de acuerdo con los criterios que establezca al efecto,**

**hasta 6 créditos por la participación de los estudiantes de titulaciones de Grado en actividades universitarias culturales, deportivas, de representación estudiantil, solidarias y de cooperación. El número de créditos reconocido por estas actividades se minorará del número de créditos optativos exigidos por el correspondiente plan de estudios.**

*Artículo 6. Reconocimiento de créditos por actividades profesionales y estudios no universitarios*

**En virtud de lo dispuesto en el artículo 36 de la Ley Orgánica de Universidades, en la redacción dada por la Ley Orgánica 4/2007, de 12 de abril, y de acuerdo con los criterios y directrices que fije el Gobierno, la Universidad de Sevilla podrá reconocer validez académica a la experiencia laboral o profesional, a las enseñanzas artísticas superiores, a la formación profesional de grado superior, a las enseñanzas profesionales de artes plásticas y diseño de grado superior y a las enseñanzas deportivas de grado superior.**

*Artículo 7. Reconocimiento de créditos en programas de movilidad*

**7.1 Los estudiantes que participen en programas de movilidad nacionales o internacionales suscritos por la Universidad de Sevilla, cursando un periodo de estudios en otras Universidades o Instituciones de Educación Superior obtendrán el reconocimiento que se derive del acuerdo académico establecido antes de su partida.**

**7.2 El periodo de estudios realizado en el marco de un programa oficial de movilidad deberá obtener un reconocimiento académico completo en la Universidad de Sevilla, debiendo reemplazar a un periodo comparable en ésta con los efectos previstos en el Artículo 8 de las presentes normas.**

**7.3 Antes de la partida de todo estudiante que participe en un programa de movilidad, el Centro en el que se encuentre matriculado deberá facilitarle:**

- **Adecuada y suficiente información actualizada sobre los programas de estudios a cursar en la Institución de destino.**
- **Un acuerdo de estudios que contenga las materias a matricular en el centro independientemente de su naturaleza o tipo y las que vaya a cursar en el Centro de destino.**

**Las equivalencias entre ambas se establecerán en función de las competencias asociadas a las mismas, sin que sea exigible la identidad de contenidos entre ellas.**

**7.4 El acuerdo de estudios deberá ser firmado por el Decano o Director del Centro o por el cargo académico que tenga atribuida la competencia y por el estudiante, y tendrá el carácter de contrato vinculante para las partes firmantes. El acuerdo de estudios sólo podrá ser modificado en los términos y plazos fijados en la correspondiente convocatoria de movilidad.**

**7.5 De los acuerdos de estudios que se establezcan se enviará copia a los Servicios Centrales del Rectorado que corresponda.**

**7.6 Con carácter general lo dispuesto en estas normas será de aplicación a la movilidad para dobles titulaciones sin perjuicio de las previsiones contenidas en los convenios respectivos.**

**7.7 Resultarán igualmente de aplicación las normas que eventualmente se aprueben por los órganos nacionales o internacionales competentes para cada programa específico de movilidad.**

*Artículo 8. Efectos del reconocimiento de créditos*

**8.1 En el proceso de reconocimiento quedarán reflejadas de forma explícita aquellas materias o asignaturas que no deberán ser cursadas por el estudiante. Se entenderá en este caso que dichas materias o asignaturas ya han sido convalidadas y no serán susceptibles de nueva evaluación.**

**8.2 La calificación de las materias o asignaturas superadas como consecuencia de un proceso de reconocimiento será equivalente a la calificación de las materias o asignaturas que han dado origen a éste. En caso necesario, se realizará la media ponderada cuando varias materias o asignaturas conlleven el reconocimiento de una sola en la titulación de destino.**

**8.3 Cuando las materias o asignaturas de origen no tengan calificación, los créditos reconocidos figurarán con la calificación de apto y no se computarán a efectos del cálculo de la nota media del expediente.**

*Artículo 9. Tablas de equivalencias*

**9.1 En los supuestos en que puedan reconocerse automáticamente créditos obtenidos en otras titulaciones de Grado de la misma o distintas ramas de conocimiento, o en titulaciones oficiales de Máster, los Centros elaborarán tablas de reconocimiento de créditos que serán públicas y que permitirán a los estudiantes conocer anticipadamente las asignaturas, materias o módulos que le serán reconocidos.**

**9.2 Las tablas de equivalencias serán aprobadas por la Junta de Centro y de las mismas se remitirá copia al Vicerrectorado de Estudiantes.**

## **CAPITULO II: TRANSFERENCIA DE CRÉDITOS**

*Artículo 10. Definición*

**La transferencia de créditos implica que, en los documentos académicos oficiales acreditativos de las enseñanzas seguidas por cada estudiante, se incluirán la totalidad de los créditos obtenidos en enseñanzas oficiales cursadas con anterioridad, en ésta u otra universidad, que no hayan conducido a la finalización de sus estudios con la consiguiente obtención de un título oficial.**

*Artículo 11. Aplicación*

**Los créditos correspondientes a materias o asignaturas previamente superadas por el estudiante, en enseñanzas universitarias no concluidas y que no puedan ser objeto de reconocimiento, serán transferidos a su expediente en los estudios a los que ha accedido con la calificación de origen y se reflejarán en los documentos académicos oficiales acreditativos de los estudios seguidos por el mismo, así como en el Suplemento Europeo al Título.**

## **CAPITULO III: PROCEDIMIENTO**

*Artículo 12. Solicitudes de reconocimiento*

**12.1 Los expedientes de reconocimiento de créditos se tramitarán a solicitud del interesado, quién deberá aportar la documentación justificativa de los créditos obtenidos y su contenido académico, indicando los módulos, materias o asignaturas que considere superados.**

**12.2 Las solicitudes de reconocimiento de créditos tendrán su origen en materias o asignaturas realmente cursadas y superadas, en ningún caso se referirán a materias o asignaturas previamente reconocidas, convalidadas o adaptadas.**

**12.3 Las solicitudes se presentarán en el Centro en el que se encuentre matriculado el estudiante, en los plazos que se habiliten al efecto, que en general coincidirán con los plazos de matrícula, y corresponderá al Decano o Director dictar resolución en primera instancia, previo informe no vinculante de los Departamentos universitarios implicados. La resolución, que en caso desestimatorio debe ser motivada académicamente, deberá dictarse en un plazo máximo de tres meses.**

**12.4 En los casos de reconocimiento de créditos derivado de los acuerdos de estudios en programas de movilidad, de los acuerdos del Sistema Universitario Público Andaluz y demás situaciones de reconocimiento automático previstos en los planes de estudio no se requerirá informe de los Departamentos.**

**12.5 En los casos previstos en el apartado anterior, corresponderá, igualmente al Decano o Director del Centro dictar resolución en primera instancia, interpretando y aplicando los acuerdos suscritos y lo previsto en las tablas de equivalencias incluidas en los planes de estudio y las que puedan establecerse al amparo del artículo 9 de esta normativa.**

**12.6 Contra las resoluciones del Decano o Director del Centro se podrá interponer recurso de**



**alzada ante el Rector, en los términos que establezca el Reglamento General de Actividades Docentes.**

*Artículo 13. Solicitudes de transferencia de créditos*

**Los expedientes de transferencia de créditos se tramitarán a petición del interesado. A estos efectos, los estudiantes que se incorporen a un nuevo estudio, mediante escrito dirigido al Decano o Director del Centro y en los plazos que se establezcan para la matrícula, indicarán si han cursado anteriormente otros estudios oficiales sin haberlos finalizado, aportando, en caso de no tratarse de estudios de la Universidad de Sevilla, la documentación justificativa que corresponda.**

#### **CAPITULO IV: ANOTACIÓN EN EL EXPEDIENTE ACADÉMICO**

*Artículo 14: Documentos académicos*

**Todos los créditos obtenidos por el estudiante en enseñanzas oficiales cursados en cualquier universidad, los transferidos, los reconocidos y los superados para la obtención del correspondiente título, serán incluidos en su expediente académico y reflejados en el Suplemento Europeo al Título, previo abono de los precios públicos que, en su caso, establezca la Comunidad Autónoma en la correspondiente norma reguladora.**

#### **DISPOSICIÓN ADICIONAL**

**Las normas básicas objeto de este documento podrán ser desarrolladas mediante Resolución Rectoral.**

#### **DISPOSICIÓN FINAL**

**La presente normativa, una vez aprobada por el Consejo de Gobierno de la Universidad de Sevilla, entrará en vigor con la implantación de los nuevos planes de estudio de Grado y Máster, salvo lo dispuesto en el artículo 7 que entrará en vigor inmediatamente después de su aprobación.**



## 5.- PLANIFICACIÓN DE LAS ENSEÑANZAS

### 5.1.- ESTRUCTURA DE LAS ENSEÑANZAS

#### 5.1.1.- DISTRIBUCIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS EN CRÉDITOS ECTS POR TIPO DE MATERIA

<b>Materias Obligatorias:</b>	36
<b>Prácticas Externas (obligatorias):</b>	12
<b>Materias Optativas</b>	0
<b>Trabajo Fin de Máster:</b>	12
<b>CRÉDITOS TOTALES:</b>	<b>60</b>

#### 5.1.2.- EXPLICACIÓN GENERAL DE LA PLANIFICACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS

(Descripción y justificación académica de la estructura del plan de estudios propuesto)

**Se puede consultar una copia íntegra de la memoria en la siguiente dirección web:**  
<http://www.us.es/estudios/nuevosplanes/memorias.html>

El Máster en Comunicación Institucional y Política estructura sus enseñanzas en ocho módulos de docencia, todos ellos con una organización temporal de carácter semestral, lo que configura una planificación del curso en dos semestres lectivos, a lo largo de cada uno de los cuales se desarrollan cuatro módulos. A los efectos de este Máster, 1 crédito son 5 horas de clase presencial.

Por otro lado, el alumnado debe realizar obligatoriamente un Trabajo Fin de Máster que será computado con un valor de 12 créditos.

Las enseñanzas están divididas en ocho módulos obligatorios, de acuerdo con el siguiente esquema:

		<b>Créditos ECTS</b>	<b>Org. Temporal</b>	<b>Carácter</b>
Módulo 1	Principios de Comunicación Institucional y Política	6	Semestre I	Obligatorio
Módulo 2	Sistema político español: Instituciones, actores políticos y elecciones	6	Semestre I	Obligatorio
Módulo 3	Gestión de la Comunicación Institucional y Política	4	Semestre I	Obligatorio
Módulo 4	Estrategias de Comunicación Institucional y Política	6	Semestre I	Obligatorio
Módulo 5	Análisis e investigación de la Opinión Pública	6	Semestre II	Obligatorio
Módulo 6	Organización y	8	Semestre II	Obligatorio

	desarrollo de campañas electorales			
Módulo 7	Prácticas Externas	12		Obligatorio
Módulo 8	Trabajo de Fin de Máster	12		Obligatorio

*El sistema de calificaciones propuesto en la titulación se ajusta a la normativa que recoge el Real Decreto 1125/2003, de 5 de septiembre, por el que se establece el sistema europeo de créditos y el sistema de calificaciones en las titulaciones universitarias de carácter oficial y validez en todo el territorio nacional en el artículo 7 (sistema de calificaciones), a la que especifica en el artículo 55 (Sistemas de Evaluación) del Estatuto de la Universidad de Sevilla y la que recoge el capítulo 4 (Evaluación de competencias, conocimientos y capacidades adquiridas por los estudiantes) del Reglamento de Actividades Docentes (Aprobado en C.G. 5-02-09) por nuestra Universidad.*

### **Sobre los mecanismos de coordinación de las enseñanzas**

*Con independencia de otros procedimientos propios del Máster, los títulos de la Universidad de Sevilla cuentan con mecanismos de coordinación regulares a través de las Comisiones de Docencia de los Centros y Comisiones de Garantía de Calidad y las Comisiones de Seguimiento de Planes de Estudios contempladas en el artículo 28.2 del Estatuto de la Universidad, que serán las encargadas de supervisar los procesos de coordinación del título cuando no se disponga de procedimientos específicos.*

*El Centro cuenta con una **Comisión de Garantía de Calidad (CGCT)** y una **Comisión de Seguimiento de Planes de Estudios** de cada titulación que imparte. Dichas comisiones serán las encargadas de implementar el Sistema de Garantía de Calidad del Título, velando porque la eficacia, eficiencia y transparencia sean los principios de gestión del mismo. Serán además responsables de proponer acciones de mejora, en función del análisis de los resultados obtenidos, actuando siempre con la máxima objetividad e independencia.*

***La Comisión de Garantía de Calidad del Título (CGCT)** debe ocuparse de que el Título disponga de indicadores de calidad que lo hagan cada vez más satisfactorio y atractivo para todas las partes interesadas (estudiantes, profesores, PAS, empleadores, sociedad) y deberá propiciar la mejora continua del Plan de Estudios. La CGCT estará constituida por ...*

*Como establece el Estatuto de la Universidad de Sevilla en su artículo 28, cada titulación dispondrá de una **Comisión de Seguimiento del Plan de Estudio (CSPE)**, que deberá velar por la correcta ejecución y el desarrollo coherente de los planes de estudio, mediante la verificación y control de los proyectos docentes, así como por el cumplimiento de los planes de organización docente por parte de los Departamentos que impartan docencia en el Título.*

*De esta forma, se establecerán mecanismos de coordinación docente para asegurar la correcta impartición del plan de estudios y para garantizar que su desarrollo se ajusta a la planificación realizada en este documento y es similar en todos los grupos de estudiantes que cursen simultáneamente alguno de los módulos y/o asignaturas de la titulación. La comisión podrá proponer, si así lo estima conveniente, reuniones de los profesores de una asignatura o módulo para abordar las cuestiones y problemas que pudieran surgir, quedando dicha comisión como responsable de velar por un desarrollo académico coordinado.*

*Para ello, se proponen los siguientes mecanismos de coordinación:*

- Contacto permanente entre los profesores que imparten una misma asignatura, para conocer las actividades desarrolladas y próximas a realizar.*
- Lista de correo electrónico entre profesores de la titulación para comunicar en cada momento las incidencias en las actividades previstas.*
- Análisis de los resultados tras la finalización de cada curso y/o cuatrimestre de acuerdo al*

procedimiento establecido por las comisiones Seguimiento de Planes de Estudios y la CGCT, como responsables del Sistema Interno de Garantía de Calidad del título.

Por otro lado, la figura de “coordinador de asignatura” está contemplada y regulada en la Sección 4ª- Capítulo 1º- Título I del Reglamento General de Actividades Docentes de la Universidad de Sevilla.

En concreto, se recoge lo siguiente:

“Artículo 39. Coordinador de asignatura.

1. La responsabilidad docente de las asignaturas impartidas en su totalidad por un solo profesor corresponde a éste, sin que proceda nombrar coordinador.
2. En los casos de asignaturas impartidas por varios profesores, ya sea dentro de una misma titulación o se trate de asignaturas idénticas pertenecientes a titulaciones distintas, el Consejo de Departamento elegirá un coordinador entre los profesores que imparten docencia en la asignatura que, salvo imposibilidad material, deberá tener vinculación permanente a la Universidad.

Artículo 40. Competencias del coordinador de asignatura Las competencias del coordinador de la asignatura serán las siguientes:

- a) Coordinar los periodos de docencia de cada profesor en el caso de grupos compartidos.
- b) Coordinar el desarrollo de los proyectos docentes anuales, la preparación común de los exámenes parciales y finales y la entrega de las actas de cada convocatoria oficial dentro del plazo establecido cuando el acta sea común a todos los grupos de la asignatura.
- c) Actuar como representante de la asignatura ante la comisión de seguimiento del plan de estudios de la titulación y, también, en la elaboración del calendario de exámenes parciales y finales.”

En resumen se desarrollará la coordinación docente en dos ámbitos:

- *Ámbito intra-asignatura*, a través de los profesores que imparten cada asignatura, siendo el responsable de la misma el Coordinador de la Asignatura.
- *Ámbito inter-asignaturas*, a través de la Comisión de seguimiento de Planes de Estudios, como responsable del Sistema Interno de Garantía de Calidad del título, conjuntamente con los coordinadores de las asignaturas.

Por lo que se refiere a las prácticas externas, el Máster se atiene a la normativa de la Universidad de Sevilla en lo que se refiere a la planificación y seguimiento de las mismas (véase el apartado 7 sobre recursos materiales y servicios).

## 5.2.- PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN DE LA MOVILIDAD DE LOS ESTUDIANTES PROPIOS Y DE ACOGIDA

La movilidad de los estudiantes, desde cualesquiera otros estudios a este Máster o viceversa, estará garantizada por el reconocimiento de créditos ECTS tal como se ha especificado en el punto 4.4 de esta Memoria. La dirección del Máster no asume competencias directas en la concesión de becas de movilidad, pero se compromete a informar a los alumnos acerca de las becas oficiales convocadas por el Ministerio de Educación y Ciencia (MEC) a tal efecto.

**5.3.- DESCRIPCIÓN DETALLADA DE LOS MÓDULOS, MATERIAS Y ASIGNATURAS EN QUE SE ESTRUCTURA EL PLAN DE ESTUDIOS**

**FICHAS DESCRIPTIVAS DE MÓDULO, MATERIA Y ASIGNATURA**

(Utilizar una ficha para cada módulo, con materias (opcionales) y/o asignaturas en que se estructure el plan de estudios )

INFORMACIÓN GENERAL		
Denominación del módulo 1	<b>PRINCIPIOS DE COMUNICACIÓN POLÍTICA E INSTITUCIONAL</b>	
Número de créditos ECTS:		6
Ubicación temporal:	Semestre I	
Carácter (sólo si todas las materias tienen igual carácter):	Obligatorio	
REQUISITOS PREVIOS		
SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Participación en clase</li> <li>- Realización de actividades.</li> <li>- Trabajo individual o en grupo.</li> </ul> <p><b>Criterios de evaluación y calificación</b> (referidos a las competencias trabajadas durante el curso):</p> <p>Conocimiento suficiente de la materia. Claridad expositiva. Capacidad de relacionar conceptos, así como de llevar a cabo reflexiones críticas en torno a las cuestiones planteadas. Destreza a la hora de manejar los materiales de trabajo (lecturas, leyes, sentencias, etc.).</p>		
ACTIVIDADES FORMATIVAS CON SU CONTENIDO EN CRÉDITOS ECTS, SU METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE, Y SU RELACIÓN CON LAS COMPETENCIAS QUE DEBE ADQUIRIR EL ESTUDIANTE		
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Seminarios.</li> <li>- Discusión y debate de los contenidos abordados en los seminarios.</li> <li>- Trabajos en grupo.</li> <li>- Trabajos individuales</li> </ul>		
CONTENIDOS DEL MÓDULO Y OBSERVACIONES		
<p><b>Introducción a la Comunicación Institucional</b>            Los actores del mercado informativo.            Revisión conceptual. Evitar la simplificación.            El horizonte integral de la comunicación institucional.            Socialización y solución de conflictos.            La institución. Tipología de fines. Teoría de sistemas.</p> <p><b>La Comunicación Política. Modelos y actores.</b>            Evolución histórica de la comunicación política.            De la propaganda a la publicidad.            Del modelo publicitario al marketing político.</p>		

La teoría de las tres “p”: políticos, públicos y periodistas.  
 Las cuatro reglas generales para la comunicación política.  
 Etapas claves de la comunicación en política.  
 Tipos de comunicación política y modelos de campaña.  
 Fases para una correcta planificación de la comunicación política.  
 Emisores, fuentes y públicos.  
 Los cuatro componentes de la comunicación política.

**Aproximación al Plan de Comunicación Política**

Necesidades y antecedentes.  
 Fases y ciclo de planificación de la comunicación política.  
 El análisis  
 La concreción de objetivos.  
 La definición de estrategias y planes de acción.  
 La fijación de cronogramas.  
 El plan de medios y el plan de publicidad.  
 El plan de crisis.  
 Revisión y control.

**Periodismo político**

La política y la agenda setting.  
 Medios de comunicación y política. Periodismo de trincheras.  
 Periodismo político y géneros periodísticos.  
 El pulso entre la fuente y el periodista. ¿Quién marca la agenda?  
 El periodismo de declaraciones.  
 La estructura de la información y el periodismo político.  
 Relaciones entre poder político y poder económico.

**Persuasión, propaganda y comunicación política**

Modelos y formas de la propaganda  
 Técnicas y reglas de la propaganda  
 Reglas de la propaganda  
 Reglas de la contrapropaganda  
 Principales canales de la propaganda  
 Comunicación persuasiva y vida política  
 La propaganda electoral en formas publicitarias  
 Propaganda electoral y medios de comunicación de masas

**RESULTADOS DEL APRENDIZAJE**

- Introducir al alumnado en el concepto de Comunicación Institucional en general y Política en particular.
- Aprender, sobre una base teórico-práctica, a elaborar planes de comunicación institucional y política.
- Conocer la vinculación de la persuasión y la propaganda con la comunicación política.

**COMPETENCIAS GENERALES Y ESPECÍFICAS**

- CG1 – Capacidad de organización, coordinación y planificación.
- CG2- Habilidad para gestionar información desde diferentes fuentes
- CE1 - Capacidad para manejar el concepto de comunicación institucional en general y política en particular.
- CE2 - Capacidad, sobre una base teórico-práctica, de elaborar planes de comunicación institucional y política.
- CE3 - Capacidad profesional para el desempeño en el área del Periodismo Político
- CE4 - Conocimiento avanzado de la vinculación de la persuasión y la propaganda con la comunicación política



**MATERIAS Y ASIGNATURAS QUE COMPONEN EL MÓDULO**

<b>MATERIA</b>	<b>Asignatura</b>	<b>ECTS</b>	<b>Carácter</b>
Principios de Comunicación Política e Institucional	PRINCIPIOS DE COMUNICACIÓN POLÍTICA E INSTITUCIONAL	6	Obligatorio



## FICHAS DESCRIPTIVAS DE MÓDULO, MATERIA Y ASIGNATURA

(Utilizar una ficha para cada módulo, con materias (opcionales) y/o asignaturas en que se estructure el plan de estudios )

### INFORMACIÓN GENERAL

<b>Denominación del módulo 2</b>	<b>SISTEMA POLÍTICO ESPAÑOL: INSTITUCIONES, ACTORES POLÍTICOS Y ELECCIONES</b>	
<b>Número de créditos ECTS:</b>		6
<b>Ubicación temporal:</b>	Semestre I	
<b>Carácter</b> (sólo si todas las materias tienen igual carácter):	Obligatorio	

### REQUISITOS PREVIOS

### SISTEMAS DE EVALUACIÓN

- *Una prueba escrita la que los alumnos resolverán un supuesto práctico o tratarán sobre un tema de actualidad desarrollado*
- *Participación activa en las clases teóricas.*
- *Preparación de los materiales necesarios para las clases prácticas.*
- *Calidad de la exposición escrita y oral.*

**Criterios de evaluación y calificación** (referidos a las competencias trabajadas durante el curso):

*Conocimiento suficiente de la materia. Claridad expositiva. Capacidad de relacionar conceptos, así como de llevar a cabo reflexiones críticas en torno a las cuestiones planteadas. Destreza a la hora de manejar los materiales de trabajo (lecturas, leyes, sentencias, etc.).*

### ACTIVIDADES FORMATIVAS CON SU CONTENIDO EN CRÉDITOS ECTS, SU METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE, Y SU RELACIÓN CON LAS COMPETENCIAS QUE DEBE ADQUIRIR EL ESTUDIANTE

- *Seminarios.*
- *Discusión y debate de los contenidos abordados en los seminarios.*
- *Trabajos en grupo.*
- *Trabajos individuales*

### CONTENIDOS DEL MÓDULO Y OBSERVACIONES

*El sistema político español: el parlamentarismo en la práctica*  
*El proceso de formación de las instituciones y el proceso de toma de decisiones.*  
*Los procesos electorales y otros instrumentos de participación ciudadana*  
*El Estado de partidos y los partidos en el Estado*  
*Los grupos de presión: influencia sobre el poder, influencia sobre la opinión pública*

### RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

*Como resultado del aprendizaje de las distintas materias se habrán adquirido por completo las competencias vinculadas a la misma.*

--

**COMPETENCIAS GENERALES Y ESPECÍFICAS**

*El módulo permite desarrollar las siguientes competencias profesionales y académicas (saber hacer):*

- CG2. Habilidad para gestionar información desde diferentes fuentes.*
- CE5. Capacidad para leer y analizar textos y documentos especializados.*
- CE6. Capacidad y habilidad para recuperar, organizar, analizar y procesar información especializada.*
- CE7. Capacidad y habilidad de exponer razonadamente ideas.*
- CE8. Capacidad y habilidad para buscar, seleccionar y jerarquizar cualquier tipo de fuente o documento.*
- CE9. Capacidad y habilidad para recuperar, organizar, analizar y procesar información y comunicación.*

**MATERIAS Y ASIGNATURAS QUE COMPONEN EL MÓDULO**

<b>MATERIA</b>	<b>Asignatura</b>	<b>ECTS</b>	<b>Carácter</b>
SISTEMA POLÍTICO ESPAÑOL: INSTITUCIONES, ACTORES POLÍTICOS Y ELECCIONES	SISTEMA POLÍTICO ESPAÑOL: INSTITUCIONES, ACTORES POLÍTICOS Y ELECCIONES	6	Obligatorio

## FICHAS DESCRIPTIVAS DE MÓDULO, MATERIA Y ASIGNATURA

(Utilizar una ficha para cada módulo, con materias (opcionales) y/o asignaturas en que se estructure el plan de estudios )

### INFORMACIÓN GENERAL

<b>Denominación del módulo 3</b>	<b>GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL Y POLÍTICA</b>	
<b>Número de créditos ECTS:</b>		4
<b>Ubicación temporal:</b>	Semestre I	
<b>Carácter</b> (sólo si todas las materias tienen igual carácter):	Obligatorio	

### REQUISITOS PREVIOS

### SISTEMAS DE EVALUACIÓN

- Una prueba escrita la que los alumnos resolverán un supuesto práctico o tratarán sobre un tema de actualidad desarrollado
- Participación activa en las clases teóricas.
- Preparación de los materiales necesarios para las clases prácticas.
- Calidad de la exposición escrita y oral.

**Criterios de evaluación y calificación** (referidos a las competencias trabajadas durante el curso):

Conocimiento suficiente de la materia. Claridad expositiva. Capacidad de relacionar conceptos, así como de llevar a cabo reflexiones críticas en torno a las cuestiones planteadas.

### ACTIVIDADES FORMATIVAS CON SU CONTENIDO EN CRÉDITOS ECTS, SU METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE, Y SU RELACIÓN CON LAS COMPETENCIAS QUE DEBE ADQUIRIR EL ESTUDIANTE

- Seminarios.
- Discusión y debate de los contenidos abordados en los seminarios.
- Trabajos en grupo.
- Trabajos individuales

### CONTENIDOS DEL MÓDULO Y OBSERVACIONES

#### **Introducción general al marketing político**

#### **Principios básicos del Marketing**

La evolución del Marketing, breve recorrido histórico.

Las claves del Marketing comercial.

La teoría del valor.

Las cuatro "p" del marketing.

#### **Marketing comercial y marketing político. Semejanzas y diferencias**

Comunicación institucional y Marketing.

Marketing, una herramienta esencial para la política.

La gestión de la comunicación política.

Plan de marketing para la política

**RESULTADOS DEL APRENDIZAJE**

*Como resultado del aprendizaje de las distintas materias se habrán adquirido por completo las competencias vinculadas a la misma.*

**COMPETENCIAS GENERALES Y ESPECÍFICAS**

La asignatura permite desarrollar las siguientes competencias profesionales y académicas (saber hacer):

- CG6. Capacidad para utilizar herramientas informáticas relativas al ámbito de trabajo
- CE10. Conocimiento avanzado del Marketing Político
- CE11. Aplicaciones del Marketing comercial a los ámbitos institucional y político

**MATERIAS Y ASIGNATURAS QUE COMPONEN EL MÓDULO**

<b>MATERIA</b>	<b>Asignatura</b>	<b>ECTS</b>	<b>Carácter</b>
GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL Y POLÍTICA	GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL Y POLÍTICA	4	Obligatorio

## FICHAS DESCRIPTIVAS DE MÓDULO, MATERIA Y ASIGNATURA

(Utilizar una ficha para cada módulo, con materias (opcionales) y/o asignaturas en que se estructure el plan de estudios )

### INFORMACIÓN GENERAL

Denominación del módulo 4	ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL Y POLÍTICA	
Número de créditos ECTS:		6
Ubicación temporal:	Semestre I	
Carácter (sólo si todas las materias tienen igual carácter):	Obligatorio	

### REQUISITOS PREVIOS

### SISTEMAS DE EVALUACIÓN

- Una prueba escrita la que los alumnos resolverán un supuesto práctico o tratarán sobre un tema de actualidad desarrollado
- Participación activa en las clases teóricas.
- Preparación de los materiales necesarios para las clases prácticas.
- Calidad de la exposición escrita y oral.

**Criterios de evaluación y calificación** (referidos a las competencias trabajadas durante el curso):

Conocimiento suficiente de la materia. Claridad expositiva. Capacidad de relacionar conceptos, así como de llevar a cabo reflexiones críticas en torno a las cuestiones planteadas.

### ACTIVIDADES FORMATIVAS CON SU CONTENIDO EN CRÉDITOS ECTS, SU METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE, Y SU RELACIÓN CON LAS COMPETENCIAS QUE DEBE ADQUIRIR EL ESTUDIANTE

- Seminarios.
- Discusión y debate de los contenidos abordados en los seminarios.
- Trabajos en grupo.
- Trabajos individuales

### CONTENIDOS DEL MÓDULO Y OBSERVACIONES

**Análisis psicosocial: elementos que intervienen en la interacción interpersonal.**

Introducción a la Psicología Social.

Cognición e identidad social.

Percepción y atribución causal.

Actitudes: estructura, medida, funciones y cambio.

Motivación y emociones: bases sociales e influencia en los procesos cognitivos.

**Análisis del comportamiento psicosocial: procesos de influencia social.**

Procesos grupales: Facilitación social, roles sociales, polarización de grupo y pensamiento grupal.

Influencia Social: conformidad e innovación, toma de decisiones y obediencia.

Agresión, conflicto y resolución de conflictos.

**La estrategia de la comunicación**

La comunicación estratégica.

*La estrategia como decisión, método y marco de referencia.*

*La construcción del concepto científico de estrategia: de Sun Tzu a Von Neuman.*

*La teoría de los juegos de estrategia*

*Niveles estratégicos: estrategia de comunicación institucional y de marketing; de partido, electoral y de candidato.*

### **Estrategias comunicativas de las Administraciones Públicas**

*La comunicación pública en una sociedad urbana, pluralista y democrática.*

*El marco constitucional.*

*De la estrategia óptima a la ingeniería del consenso.*

*La comunicación de las Administraciones Públicas: estatal, autonómica y municipal.*

*La cuestión de la legitimidad.*

*Estrategias de cambio social.*

*El documento de estrategia: corporativa, institucional, de partido.*

### **Modelos estratégicos de comunicación política**

*Modelos de comunicación de un partido político*

*Modelos de comunicación electoral*

*Modelos de comunicación institucional: estatal, autonómica y municipal.*

### **Estrategias de comunicación y nuevas tecnologías.**

*Internet. Un nuevo espacio para la comunicación política.*

*La ruptura de los ejes clásicos de comunicación política.*

*La web. Una herramienta de flujo constante y sin fronteras.*

*Los partidos políticos en la red.*

*Las campañas electorales e Internet.*

### **Protocolo y comunicación política, una estrategia calculada**

*Reglas básicas del protocolo*

*Acciones protocolarias para la política*

*El ceremonial, la precedencia y la etiqueta*

*La organización de actos*

### **Estrategias de comunicación en las ONG**

*Organizaciones no gubernamentales y política.*

*La eclosión de las ONG y la estrategia del poder diluido.*

*Estrategias de comunicación en ONG.*

*Objetivos y clasificación.*

*Justificación, organización y gestión interna.*

*Comunicación interna: dinamizar la organización.*

*Comunicación externa: sensibilizar a la sociedad.*

## **RESULTADOS DEL APRENDIZAJE**

*Como resultado del aprendizaje de las distintas materias se habrán adquirido por completo las competencias vinculadas a la misma.*

## **COMPETENCIAS GENERALES Y ESPECÍFICAS**



El módulo permite desarrollar las siguientes competencias profesionales y académicas (saber hacer):

- CG3. Capacidad competitiva para resolver problemas y tomar decisiones.
- CE12. Capacidad para diseñar estrategias de comunicación.
- CE13. Capacidad para diseñar y ejecutar planes de comunicación.
- CE14. Capacidad y habilidad para diseñar modelos de comunicación.

#### MATERIAS Y ASIGNATURAS QUE COMPONEN EL MÓDULO

<b>MATERIA</b>	<b>Asignatura</b>	<b>ECTS</b>	<b>Carácter</b>
ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL Y POLÍTICA	ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL Y POLÍTICA	6	obligatorio

## FICHAS DESCRIPTIVAS DE MÓDULO, MATERIA Y ASIGNATURA

(Utilizar una ficha para cada módulo, con materias (opcionales) y/o asignaturas en que se estructure el plan de estudios )

### INFORMACIÓN GENERAL

<b>Denominación del módulo 5</b>	<b>ANÁLISIS E INVESTIGACIÓN DE OPINIÓN PÚBLICA</b>	
<b>Número de créditos ECTS:</b>		6
<b>Ubicación temporal:</b>	Semestre II	
<b>Carácter</b> (sólo si todas las materias tienen igual carácter):		<i>Obligatorio</i>

### REQUISITOS PREVIOS

### SISTEMAS DE EVALUACIÓN

- *Una prueba escrita en la que los alumnos resolverán un supuesto práctico.*
- *Participación activa en las clases teóricas.*
- *Preparación de los materiales necesarios para las clases prácticas.*
- *Calidad de la exposición escrita y oral.*

**Criterios de evaluación y calificación** (referidos a las competencias trabajadas durante el curso):

*Conocimiento suficiente de la materia. Claridad expositiva. Capacidad de relacionar conceptos, así como de llevar a cabo reflexiones críticas en torno a las cuestiones planteadas.*

### ACTIVIDADES FORMATIVAS CON SU CONTENIDO EN CRÉDITOS ECTS, SU METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE, Y SU RELACIÓN CON LAS COMPETENCIAS QUE DEBE ADQUIRIR EL ESTUDIANTE

- *Seminarios.*
- *Discusión y debate de los contenidos abordados en los seminarios.*
- *Trabajos en grupo.*
- *Trabajos individuales*

### CONTENIDOS DEL MÓDULO Y OBSERVACIONES

#### **INVESTIGACIÓN SOCIAL APLICADA A LA OPINIÓN PÚBLICA**

*Opinión pública y democracia*

*Teorías sociológicas de la opinión pública*

*Principales agentes de la opinión pública*

*Construcción social y efectos de la opinión pública.*

*La opinión pública como objeto de investigación.*

*Encuestas de opinión pública*

*Entrevistas individuales y grupales*

*Análisis de contenido y del discurso*

*Introducción al análisis socio-político de la opinión pública.*

*Diseño de práctica de análisis de opinión pública.*

**ANÁLISIS SOCIO-POLÍTICO DE LA OPINIÓN PÚBLICA**

*Bancos de datos e institutos regionales, nacionales y europeos de opinión pública.  
El manejo de información socio-estadística en Internet.*

*Análisis e interpretación de datos cuantitativos: descripción.  
Análisis e interpretación de datos cuantitativos: explicación.  
Análisis e interpretación de datos cualitativos: descripción.  
Análisis e interpretación de datos cualitativos: comprensión.*

*Usos sociales, políticos y periodísticos de los datos de opinión.*

*Análisis electoral y político.  
Análisis de valores sociales  
Análisis de medios de comunicación.*

**RESULTADOS DEL APRENDIZAJE**

*Establecimiento de los conocimientos teóricos y técnicos necesarios para que el estudiante sea capaz de abordar los diversos y complejos fenómenos de opinión pública en tanto objetos de investigación.*

*En la primera parte se sientan las bases teóricas y epistemológicas necesarias para su estudio científico y se consideran los rasgos metodológicos y las formas de realización práctica de los tres tipos de técnicas de investigación social mediante los que se estudian estos fenómenos socio-políticos. En la segunda parte se procura dotar al alumno con las capacidades técnico-prácticas necesarias para utilizar la información científica disponible para analizar un fenómeno de opinión pública concreto.*

*En este módulo discurren en paralelo procesos de aprendizaje técnico, con el desarrollo continuo y real de una práctica de análisis de opinión pública). El primer foco central del aprendizaje serán las técnicas de análisis e interpretación, tanto cuantitativas como cualitativas, aplicables a datos secundarios. El segundo foco está destinado al desarrollo de la capacidad del estudiante para aplicar estos recursos analíticos a los ámbitos político, social y mediático.*

**COMPETENCIAS GENERALES Y ESPECÍFICAS**

*El módulo permite desarrollar las siguientes competencias profesionales y académicas (saber hacer):*

- CG2. Capacidad para gestionar información desde diferentes fuentes.*
- CG4. Capacidad de aplicar los conocimientos a la práctica.*
- CE15. Capacidad para comprender y analizar estudios sobre opinión pública.*
- CE16. Capacidad para utilizar con criterios periodísticos los datos de opinión.*
- CE17. Capacidad y habilidad para diseñar modelos de recogida de datos sobre opinión pública.*

**MATERIAS Y ASIGNATURAS QUE COMPONEN EL MÓDULO**

MATERIA	Asignatura	ECTS	Carácter
ANÁLISIS E INVESTIGACIÓN DE OPINIÓN PÚBLICA	ANÁLISIS E INVESTIGACIÓN DE OPINIÓN PÚBLICA	6	Obligatorio

## FICHAS DESCRIPTIVAS DE MÓDULO, MATERIA Y ASIGNATURA

(Utilizar una ficha para cada módulo, con materias (opcionales) y/o asignaturas en que se estructure el plan de estudios )

### INFORMACIÓN GENERAL

<b>Denominación del módulo 6</b>	<b>ORGANIZACIÓN Y DESARROLLO DE CAMPAÑAS ELECTORALES</b>	
<b>Número de créditos ECTS:</b>		8
<b>Ubicación temporal:</b>	Semestre II	
<b>Carácter</b> (sólo si todas las materias tienen igual carácter):	Obligatorio	

### REQUISITOS PREVIOS

### SISTEMAS DE EVALUACIÓN

- *Una prueba escrita en la que los alumnos resolverán un supuesto práctico*
- *Participación activa en las clases teóricas.*
- *Preparación de los materiales necesarios para las clases prácticas.*
- *Calidad de la exposición escrita y oral.*

**Criterios de evaluación y calificación** (referidos a las competencias trabajadas durante el curso):

*Conocimiento suficiente de la materia. Claridad expositiva. Capacidad de relacionar conceptos, así como de llevar a cabo reflexiones críticas en torno a las cuestiones planteadas.*

### ACTIVIDADES FORMATIVAS CON SU CONTENIDO EN CRÉDITOS ECTS, SU METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE, Y SU RELACIÓN CON LAS COMPETENCIAS QUE DEBE ADQUIRIR EL ESTUDIANTE

- *Seminarios.*
- *Discusión y debate de los contenidos abordados en los seminarios.*
- *Trabajos en grupo.*
- *Trabajos individuales*

### CONTENIDOS DEL MÓDULO Y OBSERVACIONES

**Comunicación electoral: concepto y evolución histórica**

Sistemas electorales en el mundo.  
Primeros ejemplos de campañas.  
Evolución en el siglo XIX.  
El siglo XX: los nuevos medios - La radio.  
La televisión.

**Análisis de campañas electorales célebres**

Las campañas presidenciales en EE.UU. desde 1960.  
Las campañas presidenciales Francesas de la V República.  
Otros ejemplos europeos.

**Campañas electorales en la España democrática**

Elecciones generales.  
Elecciones autonómicas.  
Elecciones municipales.  
Elecciones europeas.

**La preparación de la campaña electoral**

De la propaganda al marketing electoral.  
La información de acceso libre.  
Especificidad de la investigación electoral.  
Análisis de la información y determinación de públicos.  
Tipología de las campañas.  
La importancia de la creatividad.

**Los contenidos de la campaña electoral**

La elaboración del discurso electoral.  
El líder: definición y tipología.  
El discurso de confrontación.  
La segmentación del discurso.  
Mensajes orales y mensajes icónicos.

**Medios de comunicación y elecciones**

Especificidad de los medios en campaña.  
Rutinas de la prensa en periodo electoral.  
El gabinete de prensa en campaña.  
Reglamentación electoral para radio y televisión.  
Estrategias audiovisuales en campaña.  
Seguimiento y evaluación.

**La campaña electoral: el mitin**

Mitin y rito  
Ritos de confrontación y de consenso  
El mitin como acto: acontecimiento y pseudoacontecimiento  
Las formas publicitarias

**Importancia de la publicidad en las campañas electorales**

Publicidad directa.  
Publicidad exterior.  
Publicidad en prensa.  
Publicidad en Internet.  
Los objetos político-publicitarios.  
Espectáculos lúdico-políticos.

**RESULTADOS DEL APRENDIZAJE**

Como resultado del aprendizaje de las distintas materias se habrán adquirido por completo las competencias vinculadas a la misma.

**COMPETENCIAS GENERALES Y ESPECÍFICAS**

El módulo permite desarrollar las siguientes competencias profesionales y académicas (saber hacer):

- CG4. Capacidad de aplicar los conocimientos a la práctica
- CG5. Redactar informes y documentos.
- CE18. Capacidad para comprender y analizar campañas electorales.
- CE19. Capacidad para elaborar materiales electorales .
- CE20. Capacidad y habilidad para diseñar modelos de campañas electorales.

**MATERIAS Y ASIGNATURAS QUE COMPONEN EL MÓDULO**

<b>MATERIA</b>	<b>Asignatura</b>	<b>ECTS</b>	<b>Carácter</b>
ORGANIZACIÓN Y DESARROLLO DE CAMPAÑAS ELECTORALES	ORGANIZACIÓN Y DESARROLLO DE CAMPAÑAS ELECTORALES	6	obligatorio

## FICHAS DESCRIPTIVAS DE MÓDULO, MATERIA Y ASIGNATURA

(Utilizar una ficha para cada módulo, con materias (opcionales) y/o asignaturas en que se estructure el plan de estudios )

### INFORMACIÓN GENERAL

Denominación del módulo:	PRÁCTICAS EXTERNAS	
Número de créditos ECTS:		12
Ubicación temporal:	Anual	
Carácter (sólo si todas las materias tienen igual carácter):	Prácticas externas / obligatorias	

### REQUISITOS PREVIOS

No procede

### SISTEMAS DE EVALUACIÓN

Para la evaluación se tendrán en cuenta los siguientes elementos:

- El cuaderno de prácticas redactado por el estudiante, con el visto bueno del tutor externo.
- El informe realizado por el tutor de la empresa.
- El informe realizado por el estudiante, y en el que se valoran los aspectos relacionados con las prácticas así como sus relaciones con distintos elementos de las prácticas.

### ACTIVIDADES FORMATIVAS CON SU CONTENIDO EN CRÉDITOS ECTS, SU METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE, Y SU RELACIÓN CON LAS COMPETENCIAS QUE DEBE ADQUIRIR EL ESTUDIANTE

En este módulo, atendiendo a su carácter fundamentalmente práctico, los estudiantes desarrollan actividades que tienen un carácter singular con respecto al resto del plan de estudios.

Las prácticas externas se desarrollan como una **actividad formativa presencial**. Los estudiantes contarán con un tutor en la institución colaboradora que se encargará de guiar en el proceso formativo, y que garantizará que las prácticas se orientan a completar la formación. Por parte de la Universidad de Sevilla se designarán unos responsables académicos que realizarán el seguimiento de las prácticas, y se responsabiliza de su evaluación. Para ello, se dispondrá de una Guía de Prácticas, que orientará sobre las competencias y habilidades que se espera que adquieran los estudiantes al concluir las prácticas.

Una vez que termina las prácticas, el estudiante debe presentar cumplimentado un cuaderno de prácticas. Este cuaderno estará revisado por el tutor de la empresa, y elabora un informe con la valoración de las actividades que ha realizado el estudiante a lo largo de su estancia en la empresa.

### CONTENIDOS DEL MÓDULO Y OBSERVACIONES

ASIGNATURA	DESCRIPTORES
PRACTICAS EXTERNAS	Prácticas externas realizadas en una institución con la que la Facultad recomunicación haya establecido convenio de colaboración.



**RESULTADOS DEL APRENDIZAJE**

*Los interlocutores sociales señalan a menudo que los estudiantes que salen de las universidades españolas poseen un buen nivel de conocimientos, pero que tienen carencias en la aplicación de esos conocimientos a la práctica, y sobre todo que desconocen el entorno real de trabajo.*

*Estas prácticas dotarán a los estudiantes de las necesarias capacidades relacionadas con la dimensión humana del trabajo, como la capacidad de adaptación, el trabajo en equipo, el liderazgo, etc. También pretenden inculcarles actitudes positivas hacia los retos a los que se enfrentarán en el futuro profesional. La comunicación con los que comparte una responsabilidad es una de esas actitudes, que es especialmente valorada en el mundo empresarial.*

**COMPETENCIAS GENERALES Y ESPECÍFICAS**

CG1, CG2, CG3, CG4, CG5, CG6, CE1 a CE20

**MATERIAS Y ASIGNATURAS QUE COMPONEN EL MÓDULO**

<b>MATERIA</b>	<b>Asignatura</b>	<b>ECTS</b>	<b>Carácter</b>
PRACTICAS EXTERNAS	PRACTICAS EXTERNAS	12	Obligatorias

## FICHAS DESCRIPTIVAS DE MÓDULO, MATERIA Y ASIGNATURA

(Utilizar una ficha para cada módulo, con materias (opcionales) y/o asignaturas en que se estructure el plan de estudios )

### INFORMACIÓN GENERAL

<b>Denominación del módulo</b>	TRABAJO FIN DE MÁSTER	
<b>Número de créditos ECTS:</b>		12
<b>Ubicación temporal:</b>	Semestre II	
<b>Carácter</b> (sólo si todas las materias tienen igual carácter):	<i>Trabajo fin de Máster / Obligatorio</i>	

### REQUISITOS PREVIOS

### SISTEMAS DE EVALUACIÓN

*Se seguirá la normativa de la Universidad de Sevilla para regular la elaboración y presentación de Trabajos Fin de Máster, cuyo texto es el siguiente:*

**Acuerdo 5.3/CG 21-12-09 por el que se aprueba la Normativa Reguladora de los Trabajos Fin Carrera.**

*Acuerdo 5.3/CG 21-12-09, por el que previo informe favorable de la Comisión Académica, se conviene, por asentimiento, aprobar la Normativa Reguladora de los Trabajos Fin Carrera, una vez asumidas las aportaciones de D. Jaime Benjumea Mondéjar, según consta en el documento que se anexa.*

**ANEXO**

**NORMATIVA REGULADORA DE LOS TRABAJOS FIN DE CARRERA**

**Artículo 1. Objeto.**

- 1. El trabajo fin de carrera consistirá en la realización por parte del estudiante, bajo la dirección de un tutor, de un proyecto, memoria o estudio sobre un tema de trabajo que se le asignará y en el que desarrollará y aplicará conocimientos, capacidades y competencias adquiridos en la titulación.*
- 2. El trabajo fin de carrera podrá desarrollarse en el marco de un programa de movilidad, de un convenio de intercambio con otra universidad o de un convenio de colaboración con otra entidad, así como a través de una actividad complementaria de cotutoría.*

**Artículo 2. Ámbito de aplicación.**

*La presente normativa se dicta en desarrollo de lo previsto en el Reglamento general de actividades docentes y será de aplicación a los trabajos fin de carrera contenidos en los planes de estudios de las enseñanzas oficiales de Grado y de Máster y, en su caso, del periodo de docencia del Doctorado.*

**Artículo 3. Adecuación del tema del trabajo fin de carrera a los créditos asignados.**

*El tema asignado deberá posibilitar que el trabajo fin de carrera sea completado por el estudiante en el número de horas correspondientes a los créditos europeos que tenga asignada esta materia en el plan de estudios, contando las horas de trabajo del estudiante desde el momento de la asignación hasta el momento de la calificación. La Comisión de Docencia del Centro velará específicamente por el cumplimiento de esta norma.*

**Artículo 4. Número de autores del trabajo fin de carrera.**

- 1. El trabajo fin de carrera será realizado de forma individual.*
- 2. De forma excepcional, cuando las características del tema propuesto para el trabajo fin de carrera así lo justifiquen, éste podrá realizarse por un grupo de hasta tres estudiantes bajo la dirección de un mismo tutor. En este caso, en el tema de trabajo deberán determinarse tareas u objetivos diferenciados que permitan evaluar individualmente a cada uno de los estudiantes participantes; dichas evaluaciones individuales serán llevadas a cabo por una misma comisión evaluadora.*

**Artículo 5. Tutor del trabajo fin de carrera.**

- 1. El tutor del trabajo fin de carrera será un profesor con plena capacidad docente y su función consistirá en orientar al estudiante durante la realización del trabajo, supervisarlos y velar por el cumplimiento de los objetivos fijados.*
- 2. Cuando el trabajo fin de carrera se desarrolle en el marco de un convenio de intercambio o de colaboración, la otra parte del convenio deberá designar a un miembro de su personal como responsable interno del proyecto. El responsable asistirá al tutor en su función.*
- 3. Los proyectos elaborados, defendidos y calificados en otra universidad en el marco de programas de movilidad o convenios de intercambio serán reconocidos académicamente en su totalidad y su calificación será trasladada al expediente del estudiante sin necesidad de una nueva presentación y defensa en la Universidad de Sevilla. En este caso, el estudiante deberá depositar al menos una copia del trabajo en el Centro a efectos de lo establecido en la disposición adicional segunda de esta normativa.*

**Artículo 6. Normativas internas de los Centros.**

- 1. En cada Centro, la Junta de Centro elaborará sendas normativas internas que, con sujeción a lo dispuesto en esta normativa, regularán los aspectos que se relacionan a continuación para, respectivamente, los trabajos fin de Grado y los trabajos fin de Máster de las distintas titulaciones asignadas al Centro:*
  - a) Los periodos de matrícula en la materia en cada curso académico, procurando que dichos periodos sean compatibles con lo establecido en el artículo 7.4 de esta normativa.*
  - b) Las directrices y los procedimientos de asignación y modificación del tutor y del tema del trabajo de fin de carrera. En todo caso, la asignación del tutor y del tema de trabajo deberá producirse en el plazo máximo de un mes desde la formalización de la matrícula o desde la petición del estudiante si existe y así lo establece la normativa interna del Centro.*
  - c) La composición y el procedimiento para designar la comisión evaluadora y el tribunal de apelación.*

d) El depósito, el acto de presentación y la evaluación del trabajo fin de carrera.

e) El procedimiento del recurso de apelación de la calificación del trabajo fin de carrera.

2. En el caso de títulos de Máster asignados a la Oficina de Posgrado, la normativa a que alude el apartado 1 será elaborada por la Comisión Académica previa propuesta del Vicerrectorado competente en materia de títulos de Máster.

3. En el caso de programas de Doctorado cuyo período de formación no coincida con un Máster, la normativa a que alude el apartado 1 será elaborada por la Comisión de Doctorado previa propuesta del Vicerrectorado competente en materia de Doctorado.

4. Las normativas a que aluden los apartados anteriores serán sometidas al Consejo de Gobierno para su aprobación.

#### **Artículo 7. Evaluación del trabajo de fin de carrera.**

1. Serán objeto de evaluación las competencias, conocimientos y capacidades adquiridas por el estudiante mediante la realización del trabajo fin de carrera.

2. El trabajo fin de carrera será evaluado por una comisión tras la presentación del mismo por el estudiante mediante la exposición oral de su contenido en sesión pública convocada al efecto.

3. El trabajo fin de Grado sólo podrá ser presentado y evaluado una vez que el estudiante haya superado al menos el 70 por ciento de los créditos totales de la titulación.

4. Una vez realizada la matrícula, en cada curso académico los estudiantes tendrán derecho a tres actos de presentación y evaluación del trabajo fin de carrera.

#### **Artículo 8. Depósito de los trabajos de fin de carrera irreproducibles.**

Cuando la naturaleza del trabajo fin de carrera no permita su reproducción, el único ejemplar original se depositará en la Secretaría del Centro. La Secretaría custodiará dicho original y lo pondrá a disposición de los miembros de la comisión evaluadora. En este caso, además, el único ejemplar original estará expuesto en la dependencia en la que se lleve a cabo la presentación pública del trabajo mientras ésta tiene lugar.

#### **Artículo 9. Comisiones evaluadoras y tribunales de apelación.**

1. Para la evaluación de los diversos trabajos de fin de carrera, el Centro establecerá tantas comisiones evaluadoras y tribunales de apelación como estime conveniente.

2. Las comisiones evaluadoras, así como los tribunales de apelación, estarán formadas por, al menos, tres profesores con plena capacidad docente; el de mayor categoría y antigüedad actuará como presidente y el de menor categoría y antigüedad como secretario. En el caso de los títulos universitarios que habilitan para el ejercicio de una profesión regulada y cuando así se disponga en los requisitos para la verificación del título, se incluirá, tanto en la comisión evaluadora como en el tribunal de apelación, al menos un profesional de reconocido prestigio propuesto por la organización profesional correspondiente.

#### **Artículo 10. Calificación.**

1. El trabajo fin de carrera se calificará en función de la siguiente escala numérica de 0 a 10 puntos, con expresión de un decimal, a la que podrá añadirse la calificación cualitativa correspondiente:

a) De 0 a 4,9: Suspenso (SS).

b) De 5 a 6,9: Aprobado (AP).

c) De 7 a 8,9: Notable (NT).

d) De 9 a 10: Sobresaliente (SB).

2. La comisión evaluadora dará audiencia al tutor del trabajo fin de carrera antes de otorgar con carácter definitivo una calificación de "Suspenso".

3. La comisión evaluadora cumplimentará y firmará el acta oficial de calificación que será hecha pública por el presidente y remitida a la Secretaría del Centro. En dicha acta podrá incluirse la mención de "Matrícula de Honor", para lo que será requisito que la calificación haya sido de "Sobresaliente" y que la propuesta haya sido adoptada por unanimidad.

#### **Artículo 11. Recurso de apelación contra las calificaciones definitivas.**

Los estudiantes podrán interponer ante el tribunal de apelación recurso contra la calificación definitiva del proyecto de fin de carrera otorgada por la comisión evaluadora.

#### **Artículo 12. Recurso de alzada.**

Contra las resoluciones de los tribunales de apelación cabe recurso de alzada ante el Rector en los plazos y formas que establece la Ley 30/1992, de 26 de Noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común.

#### **DISPOSICIONES ADICIONALES**

*Primera.* Cita en género femenino de los preceptos de esta normativa Las referencias a personas, colectivos o cargos académicos figuran en la presente normativa en género masculino como género gramatical no marcado. Cuando proceda, será válida la cita de los preceptos correspondientes en género femenino.

#### **Segunda. Acceso a los trabajos de fin de carrera.**

1. Una vez completado el trabajo fin de carrera, el Centro remitirá una copia de éste a la Biblioteca Universitaria, para facilitar su consulta por la comunidad universitaria, previo consentimiento expreso del estudiante.

2. Cuando la naturaleza del trabajo fin de carrera no permita su reproducción, el único ejemplar original podrá serle devuelto al estudiante, previa petición de éste, a partir de los dos meses desde la fecha de formalización de las actas. En caso de que se haya presentado recurso de apelación sobre la calificación, este plazo comenzará a contar desde la fecha en la que el recurso se haya resuelto definitivamente.

#### **DISPOSICIÓN TRANSITORIA ÚNICA**

1. Hasta su extinción, se regularán por la normativa que les venía siendo de aplicación los proyectos fin de carrera contenidos en los planes de estudio de las titulaciones oficiales regidas por normativas anteriores al Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales.

2. Durante el curso 2009/2010, los trabajos fin de Máster se regularán por lo dispuesto en la Resolución Rectoral de 11 de abril de 2007, por la que se regulan los Trabajos de Fin de Máster en los Programas Oficiales de Posgrado de la Universidad de Sevilla.

#### **DISPOSICIÓN DEROGATORIA ÚNICA**

1. Queda derogada la Resolución Rectoral de 11 de abril de 2007, por la que se regulan los Trabajos de Fin de Máster en los Programas Oficiales de Posgrado de la Universidad de Sevilla, sin perjuicio de lo dispuesto en la disposición transitoria única de esta normativa.

2. Quedan derogadas aquellas otras disposiciones de igual o menor rango que se opongan a lo dispuesto en la presente normativa.

#### **DISPOSICIONES FINALES**

##### **Primera. Habilitación para el desarrollo normativo.**

Se habilita al Rector de la Universidad de Sevilla para dictar las resoluciones que fueran necesarias para el cumplimiento o desarrollo de lo dispuesto en este reglamento.

##### **Segunda. Plazos para el desarrollo normativo.**

Los Centros deberán remitir a la Comisión Académica la normativa interna a la que alude el artículo 6.1 antes del día 1 del mes de junio del curso académico de implantación de la titulación.

##### **Tercera. Entrada en vigor.**

Este reglamento entrará en vigor el día de su aprobación por el Consejo de Gobierno y será publicado en el Boletín Oficial de la Universidad de Sevilla.

#### **ACTIVIDADES FORMATIVAS CON SU CONTENIDO EN CRÉDITOS ECTS, SU METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE, Y SU RELACIÓN CON LAS COMPETENCIAS QUE DEBE ADQUIRIR EL ESTUDIANTE**

Este módulo está diseñado como estudio de profundización en algún tema concreto de los tratados a lo largo del Máster y como iniciación a la investigación en materia de comunicación. Cada alumno tendrá un tutor que dirigirá el proceso de investigación y le asesorará en relación a la bibliografía, a las técnicas de investigación, a los modos de exposición y desarrollo de los temas, así como a cualquier otro aspecto relacionado con la formalidad investigadora académica.

El trabajo de fin de máster computará 12 créditos ECTS, que corresponderán, en exclusiva, al trabajo personal del alumno.

#### **CONTENIDOS DEL MÓDULO Y OBSERVACIONES**

La memoria final deberá cumplir lo estipulado por el tribunal que juzgará los trabajos de fin de máster y que estará a disposición del alumno al comienzo de los estudios.

#### **RESULTADOS DEL APRENDIZAJE**

El trabajo de fin de máster servirá para que el alumno adquiera las herramientas básicas de la investigación universitaria y para demostrar la solvencia de los conocimientos adquiridos tanto en las asignaturas de cada uno de los módulos como en las lecturas que haga durante el proceso de aprendizaje.

**COMPETENCIAS GENERALES Y ESPECÍFICAS**

*Las competencias que se entrenan en el desarrollo del trabajo de fin de máster son las siguientes:*  
CG2, CG4, CG5, CG6, CE2, CE5, CE6, CE7, CE8, CE9, CE21

**MATERIAS Y ASIGNATURAS QUE COMPONEN EL MÓDULO**

<b>MATERIA</b>	<b>Asignatura</b>	<b>ECTS</b>	<b>Carácter</b>
Trabajo Fin de Máster	TRABAJO FIN DE MÁSTER	12	Obligatorio



## 6.- PERSONAL ACADÉMICO

### 6.1.- PROFESORADO Y OTROS RECURSOS HUMANOS NECESARIOS Y DISPONIBLES PARA LLEVAR A CABO EL PLAN DE ESTUDIOS PROPUESTO

#### 6.1.1.- PERSONAL ACADÉMICO DISPONIBLE

*El profesorado de este Máster en Comunicación Institucional y Política, orientado al desarrollo profesional y a la investigación, está integrado por doctores especialistas en las diversas materias científicas propuestas en los módulos. En su mayor parte, se trata de profesores vinculados con la Facultad de Comunicación, en razón de la especificidad de los contenidos propuestos, pero se ha conseguido igualmente contar con la presencia entre el profesorado de destacados académicos de otros ámbitos y de entornos profesionales directamente relacionados con las competencias en formación que procura este Máster.*

*Entre los profesores se reúnen algunos méritos particularmente interesantes en relación con los objetivos del mismo: se encuentran entre estos docentes directores de Grupos de Investigación P.A.I., directores de revistas científicas reconocidas en índices internacionales, evaluadores de proyectos tanto de ámbito nacional como internacional, responsables de Proyectos de Investigación, el director general de la Oficina del Portavoz del Gobierno de la Junta de Andalucía, los responsables de comunicación de partidos políticos, organismos e instituciones nacionales y regionales, etc.*

*En resumen, 43 profesores:*

- **6 Catedráticos de Universidad:**

- Eduardo Bericat Alastuey,
- Felicidad Loscertales Abril,
- Manuel Marín Sánchez,
- Manuel Medina Guerrero,
- José María Morales Arroyo,
- Antonio Porras Nadales,
- Manuel Ángel Vázquez Medel

- **17 Profesores Titulares de Universidad:**

- José Álvarez Marcos,
- Fernando Alvarez-Ossorio Micheo,
- Antonio Checa Godoy,
- Manuel Garrido Lora,
- Carlos Guerrero Serón
- Adrián Huici Módenes
- Aurora Labio Bernal,
- Antonio López Hidalgo,
- Juan Luis Manfredi Mayoral
- Pastora Moreno Espinosa
- Trinidad Núñez Domínguez,
- Ramón Reig García,
- Juan Rey Fuentes
- Carlos Rodríguez Rad
- María José Ruiz Acosta,
- Joaquín Urías Martínez
- Miguel Vázquez Liñán

- **7 Profesores Contratados Doctores**

- María del Mar García Gordillo

- Ana Güil Bozal
- Esperanza Gómez Corona
- Antonio Ramos Espejo
- Marina Ramos Serrano
- Hada Sánchez González
- Yolada Troyano Rodríguez
- **3 Profesores Ayudantes Doctores**
- Antonio Pineda Cachero
- Miriam Rodríguez-Izquierdo
- Lorena Romero Dominguez
- **7 Profesores Asociados (todos doctores)**
- María José García Orta
- Pablo Juliá
- Rosalba Mancinas Chávez
- Agustín Olmo
- Aránzazu Román San Miguel
- Maritza Sobrados León
- Inés Méndez Majuelos
- **1 Profesor Asociado en excedencia especial**
- Francisco Perujo Serrano
- **2 Doctores no docentes**
- María del Carmen Martínez Sánchez
- Miguel Angel Vázquez Bermúdez

Se adjunta Anexo con el curriculum de los profesores

#### 6.1.2.- PERSONAL ACADÉMICO NECESARIO

*En estos momentos la Universidad de Sevilla dispone de los recursos docentes necesarios para comenzar a impartir el título que se propone.*

#### 6.1.3.- OTROS RECURSOS HUMANOS DISPONIBLES

*El Máster Universitario en Comunicación Institucional y Política de la Universidad de Sevilla se oferta desde la Facultad de Comunicación situada en la Isla de la Cartuja (avenida Américo Vespucio s/n. 41092 Sevilla) por lo que el Personal de Administración y Servicios responsable de los procesos de matriculación y expedientes del alumnado dependerá directamente de la Secretaría de dicho centro y su regulación se establecerá a partir de las normas generales de la Universidad de Sevilla.*

*Además, desde la página web de la Universidad puede accederse a una información general sobre los diferentes másteres ofertados, así como el teléfono directo y la dirección electrónica de personal de Administración y Servicios especializados dentro del Rectorado de la Universidad.*

#### 6.1.4.- OTROS RECURSOS HUMANOS NECESARIOS

*En estos momentos la Universidad de Sevilla dispone de los recursos humanos de administración y servicios necesarios para comenzar a impartir el título que se propone.*

**6.2.- MECANISMOS DE QUE SE DISPONE PARA ASEGURAR QUE LA SELECCIÓN DEL PROFESORADO SE REALIZARÁ ATENDIENDO A LOS CRITERIOS DE IGUALDAD ENTRE HOMBRES Y MUJERES Y DE NO DISCRIMINACIÓN DE PERSONAS CON DISCAPACIDAD**

*La normativa de contratación de la Universidad de Sevilla es acorde con los principios reflejados en el artículo 55 de la LO 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de hombres y mujeres y ha adoptado medidas para respetar escrupulosamente dicha igualdad en función de lo contemplado en la Ley 6/2001 de Universidades y la Ley 25/2003 Andaluza de Universidades. Igualmente, se contemplan los principios regulados en la Ley 51/2003 de igualdad de oportunidades, no discriminación y accesibilidad universal a las personas con discapacidad.*

## 7.- RECURSOS MATERIALES Y SERVICIOS

### 7.1.- JUSTIFICACIÓN DE LA ADECUACIÓN DE LOS MEDIOS MATERIALES Y SERVICIOS DISPONIBLES

*La Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla cuenta con una serie de recursos materiales y de servicios a disposición de la docencia del Máster en Comunicación Institucional y Política, para el perfecto desarrollo de una docencia multimedia, inscrita en el presente mutable de los medios de comunicación y el desarrollo tecnológico:*

- *Aulas de clases teóricas equipadas con medios audiovisuales (micrófono, ordenador, proyector, vídeo, DVD, equipo de sonido, acceso a internet)*
- *Aulas de Edición digital,*
- *Aulas de informática,*
- *Aulas de radio,*
- *Cabinas de Audio, visionado, duplicación y edición digital,*
- *Laboratorio de fotografía,*
- *Plató,*
- *Plató digital,*
- *Sala de grafismo.*

*Para facilitar a los alumnos tanto el visionado de materiales como la consulta de medios en el seguimiento y el complemento de la docencia, así como para el progreso de sus investigaciones, la Facultad de Comunicación pone a su disposición los siguientes servicios:*

*Biblioteca con acceso individual a ordenadores portátiles y conexión Wi-Fi,  
Hemeroteca y Fototeca,  
Videoteca y videoteca digital,  
Servicios digitales,  
Sala Home Cinema,  
Seminarios,  
Salón de actos y de grados.*

*Por su especial relevancia para el Máster, destacamos los recursos que ofrece la Biblioteca de la Facultad de Comunicación, cuyos fondos están especializados en Periodismo, Publicidad, Comunicación, Cine, Documentación, Protocolo, Relaciones Públicas, Nuevas Tecnologías de la Información, Marketing y Literatura distribuidos de la siguiente forma:*

- *Alrededor de 37.000 documentos (obras de referencia, manuales, monografías especializadas, folletos, tesis doctorales y un pequeño fondo de libro antiguo. La mayor parte del fondo es de libre acceso, a excepción de las revistas, folletos y libro antiguo que se encuentran en depósito. Los documentos están ordenados por CDU (Clasificación Decimal Universal) que los agrupa tomando como referencia el contenido de los mismos.*
- *Las suscripciones de revistas suponen un total de 165 títulos en curso, a las que hay que sumarles las revistas de las que ya no hay suscripción pero que se conservan en el fondo.*
- *Un fondo amplio de material audiovisual en distintos formatos, en torno a 3.800 películas en formato VHS, 30 Láser Disc, un número aproximado de 5.000 DVDs, además de 800 Compact Disc de audio, entre los que destacan las bandas sonoras de películas.*
- *La Biblioteca cuenta con prensa en formato cd-rom, en concreto los diarios ABC de Sevilla, El País y El Mundo y suscripciones en red de El País Digital, La*

Vanguardia y New York Times, así como la base de datos Iconoce y Spots TV. Además del resto de prensa que se recibe a diario en formato papel que podrán ser consultados en la Sala de lectura.

- Destacan, así mismo, los recursos electrónicos al servicio del alumnado, entre los que sobresalen dos guías de recursos. Una de ellas especializada en Periodismo y Comunicación y la otra en Publicidad. Ambas son accesibles desde la página web de la Biblioteca de Comunicación.

Además, la Biblioteca de la Universidad de Sevilla ofrece al alumnado las siguientes bases de datos:

- Archivos de Prensa (El País, La Vanguardia, New York Times)
- ICONOCE (Base de datos de prensa en lengua española)
- CSIC (Bases de datos que recogen artículos publicados en revistas españolas)
- Biography Index (Biografías individuales y colectivas)
- Current Contents: Social & Behavioral Sciences (Artículos y abstracts sobre ciencias sociales y Psicología)
- SIRS Researcher (Contiene artículos a texto completo sobre temas sociales, históricos y políticos de interés mundial)
- SPOTS TV (Portal de anuncios publicitarios)
- REBIUN (Catálogo colectivo de la red de Bibliotecas Universitarias y Científicas Españolas)
- FRANCIS (Referencias del ámbito de las Humanidades y Ciencias Sociales)
- Current Contents: Arts & Humanities (Recoge información de revistas sobre Arte y Humanidades)
- ABI/Inform Global (Texto completo y resúmenes de revistas del área económica)
- Aranzadi (Jurisprudencia y legislación)

### **Sobre recursos disponibles para el desarrollo de las actividades formativas en colaboración con entidades ajenas.-**

#### **El Servicio de Prácticas en Empresas.**

La Universidad de Sevilla (US) ofrece a sus estudiantes y titulados la posibilidad de completar su formación académica y adquirir una experiencia profesional a través de la realización de prácticas en empresas e instituciones.

La gestión de los programas de prácticas de la US se desarrolla a través del Servicio de Prácticas en Empresa (SPE) y sus Centros universitarios.

El Servicio de Práctica en Empresas (SPE) de la Universidad de Sevilla, dependiente orgánicamente del Vicerrectorado de Transferencia Tecnológica, se crea con objeto de fortalecer el papel creciente que las prácticas estaban jugando en el desarrollo formativo de los estudiantes universitarios en la Hispalense. La apuesta por complementar un currículo formativo y hacerlo más próximo a la inserción laboral de los futuros graduados se convertía en objetivo clave para contribuir a que estos adquirieran una madurez educativa-laboral efectiva, acercando la Universidad a los nuevos paradigmas educativos planteados desde el marco del Espacio Europeo de Enseñanza Superior (EEES).

Este servicio se creó a principios del 2004 con la vocación de aglutinar y formalizar las distintas modalidades de prácticas en empresa, gestionar su adjudicación y seguimiento, asesorar a las empresas, a los centros universitarios, a los alumnos y titulados. Y nació con una doble pretensión: por una parte, que los estudiantes y titulados por la Universidad de Sevilla desarrollen las habilidades necesarias para trabajar, así como complementar los conocimientos teóricos con los de contenido práctico; por otra, que las empresas e instituciones participen en el desarrollo de la formación de los estudiantes y titulados que en el futuro se incorporarán al mundo profesional.

En sus siete años de vida ha obtenido unos resultados muy positivos que lo consolidan como el

principal promotor de convenios con empresas para que nuestros estudiantes completen su formación académica con una experiencia laboral. A pesar de llevar muy poco tiempo funcionando, el SPE está inmerso en una dinámica de crecimiento continuo y ha conseguido que más de 10.000 estudiantes y titulados de nuestra Universidad realicen prácticas en más de 2.000 empresas, al tiempo que cuenta en su sistema de gestión con cerca de 3.500 estudiantes demandantes de prácticas. Estas cifras convierten a la Universidad de Sevilla en una enorme cantera profesional de la que se nutre el mercado de trabajo. Una muestra de ello es el elevado índice de inserción laboral que llevan asociado las prácticas, ya que cerca del 40% de los alumnos que realizan una práctica es inmediatamente contratado por la empresa en la que la desarrollan. Otro porcentaje significativo es captado por las empresas en los meses posteriores, en el momento en que les surge la posibilidad de contratar personal.

Puede buscarse información del servicio en la dirección electrónica: <http://servicio.us.es/spe/>

¿Qué son las prácticas en empresas?

Son inmersiones profesionales en empresas o instituciones que tienen la finalidad de proporcionar:

- Un conocimiento más cercano del entorno laboral.
- El desarrollo de aptitudes y actitudes profesionales.
- La adquisición de hábitos, prácticas y valores propios del mundo del trabajo.

Constituyen un importante complemento de la formación académica, un rodaje orientado a facilitar la posterior inserción laboral.

### **Modalidades de prácticas.**

Las modalidades de prácticas para titulaciones oficiales se distribuyen en cuatro tipos:

**1. Prácticas de Formación Académica:** son prácticas de corte académico, generalmente gestionadas por los Centros universitarios y dirigidas a estudiantes. Forman parte del plan de estudios de la titulación (practicum). La gestión y control de estas prácticas se realiza por parte de los distintos centros gestores, y gracias a su valiosa colaboración, a través del portal PRACUS. (<http://www.institucional.us.es/pracus/>).

**2. Prácticas de Inserción Laboral:** son prácticas profesionales voluntarias, gestionadas por el SPE, con el objeto de complementar la formación académica y facilitar la inserción laboral de los estudiantes. Se realizan en una empresa, institución o en cualquier centro, departamento o servicio de la propia Universidad, siempre que dicha actividad guarde relación con su formación académica y salidas profesionales.

#### Tipos

Dependiendo de las características de la plaza ofertada por parte de la empresa, el perfil del estudiante seleccionado y los fondos para becas, las Prácticas de Inserción Laboral pueden acogerse a dos programas:

- Programa **Propio**: Se rige por lo dispuesto en los Reales Decretos 1497/1981 y 1845/1994, así como por la normativa propia de la Universidad de Sevilla.
- Programa **PRAEM**: en colaboración con la Consejería de Innovación, Ciencia y Empresa de la Junta de Andalucía, para el "Distrito Único Andaluz de Prácticas". En este programa, las Universidades Andaluzas convocan prácticas a las que puede optar cualquier estudiante matriculado en una universidad pública andaluza que reúna los requisitos señalados en la convocatoria.

**3. Prácticas de Titulados:** son prácticas profesionales que tienen el objeto de promover la inserción



laboral de los jóvenes titulados universitarios desempleados. Gestionadas por el SPE. Estas prácticas están englobadas en el Programa Experiencias Profesionales para el Empleo (PES) que se desarrolla en colaboración con la Consejería de Empleo de la Junta de Andalucía, el Servicio Andaluz de Empleo y el Fondo Social Europeo.

**4. Prácticas Internacionales:** permiten a jóvenes universitarios completar su formación a través de estancias en empresas u organismos de otros países, y tiene por finalidad contribuir a que las personas se adapten a las exigencias del mercado laboral de otros países, adquieran aptitudes específicas y mejoren su comprensión del entorno económico y social del país en cuestión, al mismo tiempo que adquieren experiencia laboral. Estas prácticas pueden ir acompañadas, en caso necesario, de cursos de preparación o de curso de actualización en la lengua de acogida o de trabajo. Dirigidas a estudiantes o titulados.

Dentro de esta modalidad de prácticas internacionales, podemos destacar los siguientes programas: LEONARDO DA VINCI, ERASMUS-Prácticas, INTEGRANTS o VULCANO.

#### **Sobre el seguimiento de las prácticas en empresas e instituciones**

La Universidad de Sevilla dispone de un gran número de acuerdos para prácticas con distintas empresas e instituciones que se van incrementando curso a curso.

Para el caso de las prácticas externas en la modalidad de Formación Académica (prácticas incluidas en el grado), y previo al inicio de las prácticas, a cada estudiante se le asignará un tutor académico, por parte de la universidad, y un tutor profesional, por parte de la empresa/institución.

**Tutor académico:** realizará el seguimiento del alumnado que tiene asignado con, al menos, tres reuniones durante el desarrollo de las prácticas. Estas reuniones serán las que a continuación se indican y cada una tendrá los objetivos que en cada caso se señalan:

Una entrevista inicial en la que:

- Remite al estudiante a la empresa/institución colaborador que previamente le haya sido asignado.
- Cumplimente con los estudiantes los impresos obligados por Convenio, así como facilitarles aquellos otros impresos que deba cumplimentar él mismo y que deba entregar al final (p.e. encuesta y memoria final).
- Informe a los estudiantes acerca las pautas a las que habrá de atenerse su trabajo en la empresa/institución colaborador y la confección de la Memoria-Informe, así como sobre los criterios de evaluación con los que va a valorarse su trabajo y, en consecuencia, calificarse sus prácticas.
- Informe y asesore al estudiante acerca de las características generales de las prácticas, las tareas a desarrollar, así como de las empresa/institución colaborador en las que desarrollará sus prácticas.

Una o varias entrevistas intermedias en las que:

- Realice un seguimiento de las actividades que está desarrollando el estudiante.
- Detecte las posibles dificultades que pueda estar encontrando y le proporcione orientaciones adecuadas para su superación.
- Conozca otros problemas que puedan presentarse y arbitre vías para su solución.
- Revise borradores de la memoria o redacciones parciales de ella.

Una entrevista final (anterior a la entrega de la Memoria-Informe) en la que:

- Se comunique al estudiante la valoración provisional que se hace de su trabajo en la práctica.



- Se recojan sugerencias del alumnado.
- Se evalúe un borrador de la Memoria-Informe revisando su adecuación a lo que se espera que aparezca en ella y, en su caso, dando las sugerencias oportunas para que se garantice la adecuación del trabajo final que se entregue.

Por último deberá evaluar y calificar a los estudiantes que le han sido asignados a partir del informe del tutor profesional y de la memoria que cada estudiante ha de entregarle después de las prácticas.

**Tutor profesional:** es la persona de la empresa/institución colaborador que se hace cargo del asesoramiento y dirección del trabajo de prácticas a realizar por el estudiante o estudiantes que le han sido asignados. Sus funciones son las siguientes:

- Colaborar con el tutor académico en la planificación de las actividades a realizar por cada universitario. Sugerir al tutor académico modificaciones a un plan de trabajo en curso o para la mejora de las prácticas en el futuro.
- Recibir a los estudiantes e informarles del funcionamiento general de la empresa/institución.
- Explicar a los estudiantes las actividades y tareas que deben realizar, así como los objetivos que se pretende que alcancen durante su estancia en la empresa/institución.
- Dirigir y asesorar al estudiante durante las prácticas atendiendo a sus consultas teóricas y prácticas en relación con las tareas que deban desempeñar.
- Realizar, en colaboración con su tutor académica, el seguimiento del estudiante supervisando su asistencia, actitud, participación y rendimiento.
- Autorizar o denegar la inclusión de los documentos que el estudiante le solicite como anexos de la Memoria-Informe que dicho alumno ha de presentar a su tutor académico.
- Complimentar una encuesta y certificado final de la práctica según modelo.

Los convenios con instituciones externas actualmente previstos son los siguientes:

Oficina del Portavoz del Gobierno  
El Parlamento de Andalucía  
El Partido Socialista Obrero Español  
El Partido Popular  
Izquierda Unida  
La Confederación de Empresarios de Andalucía  
La Unión General de Trabajadores  
Comisiones Obreras  
Ayuntamientos  
Fundación Focus  
Fundación Cruzcampo.

La campaña electoral, las elecciones y los cambios en las instituciones han impedido firmar esos acuerdos a tiempo para presentarlos a la vez que la Memoria. En todo caso, esperamos culminar estos convenios antes de que se inicien las actividades del Máster.

## 7.2.- PREVISIÓN DE ADQUISICIÓN DE LOS RECURSOS MATERIALES Y SERVICIOS NECESARIOS

No serán necesarios nuevos recursos materiales y servicios.

## 8.- RESULTADOS PREVISTOS

### 8.1.- VALORES CUANTITATIVOS ESTIMADOS PARA LOS INDICADORES Y SU JUSTIFICACIÓN

8.1.1.- INDICADORES OBLIGATORIOS	VALOR
Tasa de graduación:	90%
Tasa de abandono:	10%
Tasa de eficiencia:	90%

### 8.1.2.- OTROS POSIBLES INDICADORES

Denominación	Definición	VALOR

### 8.1.3.- JUSTIFICACIÓN DE LAS TASAS DE GRADUACIÓN, EFICIENCIA Y ABANDONO, ASÍ COMO DEL RESTO DE LOS INDICADORES DEFINIDOS

*Estimamos que el Máster en Comunicación Institucional y Política afianzará en número de alumnos matriculados a partir del segundo año de impartición, y que muchos de ellos continuarán sus estudios de doctorado en algunos de los programas que se desarrollan en la Facultad. Tenemos indicios de que el número de matriculados oscilará entre los 30 o 40 estudiantes, aunque no descartamos que crezca si tenemos en cuenta que su contenido es de interés para egresados de otras titulaciones afines.*

*Los indicadores utilizados son los recogidos en el R.D.1393/2007: tasa de abandono, tasa de graduación y tasa de eficiencia.*

**Tasa de abandono:** *Relación porcentual entre el número total de estudiantes de una cohorte de nuevo ingreso que debieron obtener el título el año académico anterior y que no se han matriculado ni en ese año académico ni en el anterior.*

**Tasa de graduación:** *Porcentaje de estudiantes que finalizan la enseñanza en el tiempo previsto en el plan de estudios, o en un año académico más, en relación con su cohorte de entrada.*

**Tasa de eficiencia:** *Relación porcentual entre el número total de créditos teóricos del plan de estudios a los que debieron haberse matriculado a lo largo de sus estudios el conjunto de estudiantes graduados en un determinado curso académico y el número total de créditos en los que realmente han tenido que matricularse.*

*La falta de datos adecuados para realizar estimaciones óptimas de las tasas anteriores conduce a realizar estimaciones basadas en la pura previsión y en la experiencia adquirida a este respecto en el funcionamiento de las titulaciones actualmente impartidas en la Facultad. Dicho esto, se pueden realizar las siguientes previsiones:*

*Se estima que es posible alcanzar una **tasa de abandono del 10%** en el plazo de tres promociones de estudiantes que finalicen sus estudios de Máster en Comunicación Institucional y Política.*

*Se estima que es posible alcanzar una **tasa de graduación del 90%** en el plazo de tres promociones de estudiantes que finalicen sus estudios de Máster en Comunicación Institucional y Política.*

*Se estima que es posible alcanzar una **tasa de eficiencia del 90%** en el plazo de tres promociones de estudiantes que finalicen sus estudios de Máster en Comunicación Institucional y Política.*

*Las acciones de seguimiento y, en su caso, corrección de tendencias en las tasas previstas de graduación, abandono y eficiencia, se enmarcan dentro del Sistema de Garantía de Calidad.*

## **8.2.- PROCEDIMIENTO GENERAL PARA VALORAR EL PROGRESO Y LOS RESULTADOS DE APRENDIZAJE DE LOS ESTUDIANTES**

*El procedimiento general de la Universidad de Sevilla para valorar el progreso y los resultados de aprendizaje de los estudiantes se recoge en el apartado 9 correspondiente al Sistema de Garantía de Calidad (procedimiento PO1: Medición y análisis del rendimiento académico). El propósito de dicho procedimiento es conocer y analizar los resultados previstos en el título en relación a su tasa de graduación, tasa de abandono y tasa de eficiencia, así como otros indicadores complementarios que permitan contextualizar los resultados de los anteriores. También tiene como objetivo conocer y analizar los resultados del Trabajo Fin de Grado o Máster*

## 9.- SISTEMA DE GARANTÍA DE CALIDAD DEL TÍTULO

Se debe incorporar en un anexo el documento con la estructura del Sistema de Garantía de Calidad de los Títulos Oficiales de la Universidad de Sevilla, aprobado en sesión de Consejo de Gobierno de 30/09/08. El documento se puede obtener en <http://www.us.es/estudios/nuevosplanes/documapoyo.html#docu> y consta de dos partes: Apartado A consistente en una plantilla a cumplimentar por el Centro y Apartado B que es común para todos los Centros. El SGCT debe ser A + B en un documento pdf anexo a la presente memoria.

<http://www.us.es/estudios/nuevosplanes/sistemasgc.html>

## 10.- CALENDARIO DE IMPLANTACIÓN

### 10.1.- CRONOGRAMA DE IMPLANTACIÓN DE LA TITULACIÓN

*El Máster Universitario en Comunicación Institucional y Política tiene prevista su implantación en el curso académico 2011/2012.*

#### 10.1.1.- CURSO DE IMPLANTACIÓN DE LA TITULACIÓN

2011-2012

#### 10.1.2.- JUSTIFICACIÓN DEL CRONOGRAMA DE IMPLANTACIÓN DE LA TITULACIÓN

*El título consta de un único curso y se implantará en el curso académico 2011/12*

### 10.2.- PROCEDIMIENTO DE ADAPTACIÓN DE LOS ESTUDIANTES DE LOS ESTUDIOS EXISTENTES AL NUEVO PLAN DE ESTUDIOS, EN SU CASO.

*No procede.*

### 10.3.- ENSEÑANZAS QUE SE EXTINGUEN POR LA IMPLANTACIÓN DEL TÍTULO PROPUESTO

*No procede.*