La comunicación aplicada al sector público

MÁSTER UNIVERSITARIO EN COMUNICACIÓN DE LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL MENÉNDEZ PELAYO

Másteres Universitarios

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

DATOS GENERALES

Breve descripción

En esta asignatura se abordan distintas aproximaciones a la comunicación a nivel gubernamental, institucional y, en general, del sector público, con el fin de establecer las bases para la comprensión y desarrollo de una comunicación relacional de las organizaciones públicas con los ciudadanos.

Con esta asignatura, de carácter introductorio, se pretende que el alumno aprenda el uso de las herramientas conceptuales que le capaciten para realizar diagnósticos de las situaciones comunicacionales de una organización pública de cualquier tipo.

Objetivos específicos

- Profundizar en el conocimiento de las técnicas para la comunicación eficaz de las políticas públicas.
- Entender las perspectivas y enfoques más actuales relacionados con la comunicación aplicada al sector público.
- Comprender las bases de la comunicación relacional entre las organizaciones públicas y sus públicos.
- Analizar situaciones de crisis en las administraciones públicas, sus causas y consecuencias.
- Diagnosticar, planificar e implementar una estrategia de comunicación interna en las instituciones públicas.
- Conocer las bases para la elaboración de una campaña de comunicación desde la Administración Pública.
- Conocer los límites y alcances de una campaña de información desde la administración pública.

Título asignatura

La comunicación aplicada al sector público

Código asignatura

101928

Curso académico

2017-18

Planes donde se imparte

MÁSTER UNIVERSITARIO EN COMUNICACIÓN DE LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

Créditos ECTS

6

Carácter de la asignatura

OBLIGATORIA

Duración

Anual

Idioma

Castellano

CONTENIDOS

Contenidos

En esta asignatura se abordarán distintas aproximaciones recientes a la comunicación a nivel gubernamental, institucional y de Administración Pública, con el fin de establecer las bases para la comprensión y desarrollo de una comunicación relacional de las organizaciones públicas con sus públicos.

El alumno debe aprender el uso de las herramientas conceptuales que le capaciten para realizar diagnósticos profundos y eficaces, de complejidad y nivel profesional, de las situaciones de partida comunicacionales de una organización pública de cualquier tipo. Asimismo, se describirán las funciones, responsabilidades y formas estructurales que adopta la dirección de comunicación en los distintos tipos de organizaciones e instituciones públicas y los formatos más recientes y operativos a nivel práctico de gestionar gabinetes y oficinas de comunicación.

Asimismo, aprenderán distintas perspectivas recientes a la comunicación pública estratégica a nivel gubernamental e institucional, desde la clásica concepción de la comunicación estratégica unidireccional de las escuelas prescriptivas a la comunicación corporativa de las escuelas adaptativas o los enfoques transformadores de la escuela de la configuración, pasando por los enfoques de la comunicación estratégica integral o integradora, con sus modelos abarcadores de construcción de consenso, de construcción de escenarios, o los modelos de contingencia estratégica, basados en factores situacionales y contextuales específicos, etc.

COMPETENCIAS

Generales

CG2 - Comprender de forma sistemática la información relevante, su contexto y cómo aplicarla a situaciones complejas, teniendo en cuenta cómo afecta a los diferentes actores y ámbitos de cada situación comunicativa.

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

Específicas

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

CE7 - Capacidad para identificar, gestionar y medir los valores intangibles de la Administración Pública.

CE11 - Adquirir conocimientos actualizados sobre la comunicación aplicada al sector público.

PLAN DE APRENDIZAJE

Actividades formativas

AF1 - Clases presenciales (24 horas)

AF2 - Trabajo en grupo (20 horas)

AF3 - Trabajo individual (20 horas)

AF4 - Foros y chat dentro del aula virtual (10 horas)

AF5 - Lectura de documentos y análisis y búsqueda de otras fuentes de información (30 horas)

AF6 - Trabajo autónomo (46 horas)

Metodologías docentes

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

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

Las sesiones presenciales se basarán tanto en exposiciones magistrales de carácter aplicado con apoyo en la metodología del estudio de caso y la presentación de buenas prácticas, como en talleres, con formación de grupos, que desarrollen herramientas concretas, y por tanto serán eminentemente prácticos.

A través del aula virtual o de las sesiones presenciales se les darán las pautas relacionadas con las actividades de carácter no presencial que tienen que realizar.

SISTEMA DE EVALUACIÓN

Descripción del sistema de evaluación

EV1 - Valoración de la asistencia y de la participación en la actividades formativas (ponderación mínima 15% y máxima 20%)

EV2 - Valoración de la participación en los foros y chat del aula virtual (ponderación mínima 15% y máxima 20%)

EV3 - Evaluación del trabajo en grupo y, en su caso, valoración de su presentación oral (ponderación mínima 25% y máxima 35%)

EV4 - Evaluación de los trabajo individuales y, en su caso, valoración de su presentación oral (ponderación mínima 30% y máxima 40%)

PROFESORADO

Profesor responsable

Crespo Martínez, Ismael

Doctor en Ciencias Políticas y sociología (UCM)
Catedrático de Ciencia Política y de la Administración
Universidad de Murcia

Profesorado

Rubio Núñez, Rafael

Catedrático de Derecho Constitucional
Universidad Complutense de Madrid

Ruiz Moreno, Sonia

CEO de PrideCom Comunicación

Redoli Morchón, David

Director de Relaciones Institucionales, Solaria

Sánchez Medero, Rubén

Doctor en Ciencias Políticas
Profesor Visitante en la Universidad Carlos III de Madrid

Cordero Redondo, Adrián

Doctor en Comunicación
Director General de Leaderworld

Medina Mínguez, Rosa María

Profesora Asociada de Ciencia Política y de la Administración
Universidad de Murcia

Almansa Martínez, Ana María

Profesora Titular de Comunicación Audiovisual y Publicidad
Universidad de Málaga

HORARIO

Horario

El horario de las clases presenciales estará disponible en el Aula Virtual antes del inicio del curso.

BIBLIOGRAFÍA Y ENLACES RELACIONADOS

Bibliografía

Materiales básicos para su lectura y estudio de manera previa a cada sesión docente y que se encuentran en el Aula Virtual de la asignatura

¿Cómo se comunican las Administraciones Públicas con el ciudadano? Canel, M.J. (2014). "Reflexiones sobre la reputación ideal de la administración pública". En Herrero, M., Cruz, A., Lázaro, R. y Martínez, A. (eds). *Escribir en las almas. Estudios en honor de Rafael Alvira*. Pamplona: Eunsa. Montalbán Carrasco, R. (2013). "Las tecnologías de la información, impulsoras de la transformación de la administración pública española". En *Economía industrial*, nº 390: 117-126.

El uso de las nuevas tecnologías de la información aplicadas a la comunicación del sector público. Raymond, Eric S. La Catedral y el bazar (http://biblioweb.sindominio.net/telematica/catedral.html). Ugarte, David de. *El poder de las redes*. Barcelona (http://lasindias.com/el-poder-de-las-redes).

Comunicación e información pública. Las bases para la elaboración de una campaña de información desde el sector público. Riorda, Mario, "Gobierno bien pero comunico mal": análisis de las rutinas de la comunicación gubernamental", Revista *Reforma y Democracia*. No. 40. (Feb. 2008). CLAD. Caracas. Arroyo, Luis, "24 consejos para una campaña permanente en la comunicación de gobiernos", en *Gestión actual del consultor político*, editado por Jorge Santiago Barnés y José Ángel Carpio, Editorial LID, 2010, Madrid.

Comunicación política y comunicación de políticas públicas.Noguera, Felipe (2003). "La campaña permanente". En R. Izurieta, Ch. Arterton y R. M. Perina (comps.). *Estrategias de comunicación para gobiernos*. Buenos Aires: La Crujía (págs. 77-101). Sánchez Galicia, Javier (2013). "Comunicar para gobernar". En L. Elizalde y M. Riorda (eds.). *Comunicación gubernamental 360*. Buenos Aires: La Crujía (págs. 47-68).

La comunicación de crisis en las Administraciones Públicas. Boin, A.; P. T Hart, E. Stern y B. Sundelius (2007). *La gestión de crisis en los sistemas políticos: cinco retos para el liderazgo*, en Boin, A.; P. T Hart, E. Stern y B. Sundelius, *El liderazgo público bajo presión*. Madrid: Instituto Nacional de Administración Pública (INAP). (Capítulo I). Piñuel, J. L. (1997). *La comunicación corporativa de la gestión de crisis*. En Piñuel, *Teoría de la comunicación y gestión de las organizaciones*. Madrid: Síntesis. (Capítulo V). Vanaclocha, F.J., E. García Sánchez, y A. Natera (2010). *La evaluación de la gestión de crisis: dimensiones analíticas y criterios de valor,* en Cases, J. I. (comp.), *Catástrofes medioambientales. La reacción social y política*. Valencia: Tirant Lo Blanch.

La organización de la función de comunicación: la dirección de comunicación. Almansa, A. (2005). Relaciones públicas y gabinetes de comunicación. *Anàlisi: Quaderns de comunicació i cultura*, Nº 32, pp. 117-132. Cabrera, M. A. y Almansa, A. (2016). El director de relaciones públicas en las grandes empresas españolas. *Revista Internacional de Relaciones Públicas*, Vol. 6, Nº. 11, pp. 113-134. DOI: http://dx.doi.org/10.5783/RIRP-11-2016-07-113-134.

La comunicación interna en las organizaciones públicas. Crespo, I. et al. (2015). *La comunicación interna en la administración pública española*. Madrid: INAP.

¿Cómo planificar la comunicación desde una institución pública? La elaboración del plan de comunicación. Criado Grande, Ignacio (2015). *Comunicación en las administraciones pública y aproximación a los ciudadanos*. Toledo: Ed. Junta de Comunidades de Castilla la Mancha. Gobierno de Navarra (2011). *¿Cómo planificar la comunicación de una institución pública? Metodología para el diseño de planes de comunicación*. Pamplona: Gobierno de Navarra.

Bibliografía general

Aljure Saab, Andrés (2015). *El plan estratégico de comunicación. Método de recomendaciones prácticas para su elaboración*. Barcelona: Ed. UOC.

Almansa, A. (2005). Relaciones públicas y gabinetes de comunicación. *Anàlisi: Quaderns de comunicació i cultura*, Nº 32, pp. 117-132.

Almansa, A. (2011). *Del gabinete de prensa al gabinete de comunicación. La dirección de comunicación en la actualidad*. Zamora: Comunicación Social.

Boin, A.; P.T Hart, E. Stern y B. Sundelius (2007). *La política de la gestión de crisis. El liderazgo público bajo presión*. Madrid: Instituto Nacional de Administración Pública (INAP).

Cabrera, M. A. y Almansa, A. (2016). El director de relaciones públicas en las grandes empresas españolas. *Revista Internacional de Relaciones Públicas*, Vol. 6, Nº. 11, pp. 113-134. DOI: http://dx.doi.org/10.5783/RIRP-11-2016-07-113-134.

Canel, M.J. (2014). "Reflexiones sobre la reputación ideal de la administración pública". En Herrero, M., Cruz, A., Lázaro, R. y Martínez, A. (eds). *Escribir en las almas. Estudios en honor de Rafael Alvira*. Pamplona: Eunsa.

Cases, J. I. (comp.) (2010). *Catástrofes medioambientales. La reacción social y política*. Valencia: Tirant Lo Blanch.

Castillo, A. (2010). *Introducción a las Relaciones Públicas*. Málaga: IIRP. Disponible en http://www.uma.es/media/files/libropr_1.pdf

Crespo, I. et al. (2015). *La comunicación interna en la administración pública española*. Madrid: INAP.

Criado Grande, Ignacio (2015). *Comunicación en las administraciones pública y aproximación a los ciudadanos*. Toledo: Ed. Junta de Comunidades de Castilla la Mancha.

Elizalde, L., Fernández, D. y M. Riorda (2011). *La gestión del disenso. La comunicación gubernamental en problemas*. Buenos Aires: La Crujía.

Garnett, James L. (2003). "Comunicándose con la ciudadanía". En R. Izurieta, Ch. Arterton y R.

M. Perina (comps.). *Estrategias de comunicación para gobiernos*. Buenos Aires: La Crujía (págs. 103-130).

Gobierno de Navarra (2011). *¿Cómo planificar la comunicación de una institución pública? Metodología para el diseño de planes de comunicación*. Pamplona: Gobierno de Navarra.

González Herrero, A. (1998). *Marketing Preventivo: La comunicación de crisis en la empresa*. Barcelona: Bosch.

Himanen, Pekka (2002). *La ética del hacker y el espíritu de la era de la información*. Madrid: Ediciones Destino. Versión online: http://eprints.rclis.org/12851/1/pekka.pdf.

Montalbán Carrasco, R. (2013). "Las tecnologías de la información, impulsoras de la transformación de la administración pública española". En *Economía industrial*, nº 390: 117-126.

Montserrat Gauchi, Juan Miguel (2014). *Cómo elaborar un plan estratégico de comunicación*. Alicante: Ed. Universidad de Alicante.

Noguera, Felipe (2003). "La campaña permanente". En R. Izurieta, Ch. Arterton y R. M. Perina (comps.). *Estrategias de comunicación para gobiernos*. Buenos Aires: La Crujía (págs. 77-101).

Piñuel, J. L. (1997). *Teoría de la comunicación y gestión de las organizaciones*. Madrid: Síntesis.

Riorda, Mario (2013). "Gobierno bien pero comunico mal". En L. Elizalde y M. Riorda (eds.). *Comunicación gubernamental 360*. Buenos Aires: La Crujía (págs. 69-97).

Sánchez Galicia, Javier (2013). "Comunicar para gobernar". En L. Elizalde y M. Riorda (eds.). *Comunicación gubernamental 360*. Buenos Aires: La Crujía (págs. 47-68).

Shirky, Clay, (2008). *Here comes Everybody: The Power of Organizing Without Organizations,* The Penguin Press: Nueva Jersey.

Sotelo, C. (2016). "Aproximación a un concepto de comunicación institucional". En Sánchez Medero, R. (dir.). *Comunicación política: nuevas dinámicas y ciudadanía permanente*. Madrid: Tecnos.

Trippi, Joe (2004). *The Revolution Will Not Be Televised: Democracy, the Internet, and the Overthrow of Everything*, Regan Books: Nueva York.