

COMPETENCIAS

COMPETENCIAS BÁSICAS

CB6. Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.

CB7. Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.

CB8. Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.

CB9. Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan- a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.

CB10. Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

CE01. Analizar los sistemas políticos y sus componentes para el diseño de estrategias de comunicación política adaptadas a las necesidades de cada momento.

CE02. Comprender el proceso de diseño, implantación y evaluación de políticas públicas para su integración en la construcción del mensaje político.

CE03. Diseñar una estrategia de relación bidireccional con los medios de comunicación desde la perspectiva de una organización política o una Administración Pública.

CE04. Determinar la influencia que ejerce el sistema de medios de comunicación sobre la construcción de la opinión pública para su aplicación en el desarrollo de estrategias de comunicación política.

CE05. Elaborar un Plan de Comunicación Integral de una organización política o Institución adaptado a sus necesidades y objetivos presentes y futuros.

CE06. Diseñar acciones comunicativas encaminadas a paliar los efectos de una situación de riesgo o de crisis en un contexto de comunicación política.

CE07. Comprender las implicaciones del entorno digital sobre la formulación de políticas públicas y de estrategias políticas.

CE08. Desarrollar estrategias para la gestión de la comunicación digital y las redes sociales de una organización política o institución pública.

CE09. Comprender la forma en que los profesionales de la información reciben, tratan y transmiten los mensajes políticos para su integración en el diseño de la estrategia de comunicación política.

CE10. Aplicar técnicas de investigación de mercados en la obtención de información útil para el desarrollo de estrategias de marketing político.

CE11. Elaborar un Plan Estratégico de Marketing para una organización política o institución pública adaptado a sus necesidades y objetivos.

CE12. Aplicar técnicas y estrategias adecuadas en la planificación, ejecución y evaluación de campañas electorales.

CE13. Planificar un proyecto de consultoría política a partir del análisis de las necesidades y requerimientos del cliente.

CE14. Diseñar un proyecto de emprendimiento dentro del contexto de la comunicación y el marketing político.

CE15. Construir un discurso político persuasivo teniendo en cuenta sus implicaciones cognitivas y emocionales sobre el receptor.

CE16. Comprender la relevancia de la figura del líder político y sus implicaciones sobre la construcción de la estrategia de comunicación.

CE17. Interpretar encuestas y estudios demoscópicos de manera crítica para su aplicación en el diseño de estrategias de comunicación y marketing político.

CE18. Integrar los datos en la elaboración del discurso político mediante el empleo de herramientas adecuadas de visualización.