

IMPRESO SOLICITUD PARA VERIFICACIÓN DE TÍTULOS OFICIALES

1. DATOS DE LA UNIVERSIDAD, CENTRO Y TÍTULO QUE PRESENTA LA SOLICITUD

De conformidad con el Real Decreto 822/2021, de 28 de septiembre, por el que se establece la organización de las enseñanzas universitarias y del procedimiento de aseguramiento de su calidad.

UNIVERSIDAD SOLICITANTE		CENTRO	CÓDIGO CENTRO
Universidad Internacional de La Rioja		Facultad Empresa y Comunicación	26003829
NIVEL		DENOMINACIÓN CORTA	
Máster		Comunicación y Marketing Político	
DENOMINACIÓN ESPECÍFICA			
Máster Universitario en Comunicación y Marketing Político por la Universidad Internacional de La Rioja			
NIVEL MECES			
3			
RAMA DE CONOCIMIENTO		ÁMBITO DE CONOCIMIENTO	CONJUNTO
Ciencias Sociales y Jurídicas		Periodismo, comunicación, publicidad y relaciones públicas	No
SOLICITANTE			
NOMBRE Y APELLIDOS		CARGO	
Virginia Montiel Martín		Responsable de programas ANECA	
REPRESENTANTE LEGAL			
NOMBRE Y APELLIDOS		CARGO	
Juan Pablo Guzmán Palomino		Secretario General de la Universidad	
RESPONSABLE DEL TÍTULO			
NOMBRE Y APELLIDOS		CARGO	
Eva Asensio del Arco		Vicedecana de Desarrollo y Organización Académica de la Facultad	
2. DIRECCIÓN A EFECTOS DE NOTIFICACIÓN			
A los efectos de la práctica de la NOTIFICACIÓN de todos los procedimientos relativos a la presente solicitud, las comunicaciones se dirigirán a la dirección que figure en el presente apartado.			
DOMICILIO		CÓDIGO POSTAL	MUNICIPIO
Avenida de la Paz, 137		26006	Logroño
E-MAIL		PROVINCIA	TELÉFONO
virginia.montiel@unir.net		La Rioja	676614276
E-MAIL		PROVINCIA	FAX
virginia.montiel@unir.net		La Rioja	902877037
3. PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES			
De acuerdo con lo previsto en la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales, se informa que los datos solicitados en este impreso son necesarios para la tramitación de la solicitud y podrán ser objeto de tratamiento automatizado. La responsabilidad del fichero automatizado corresponde al Consejo de Universidades. Los solicitantes, como cedentes de los datos podrán ejercer ante el Consejo de Universidades los derechos de información, acceso, rectificación y cancelación a los que se refiere el Título III de la citada Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre.			
El solicitante declara conocer los términos de la convocatoria y se compromete a cumplir los requisitos de la misma, consintiendo expresamente la notificación por medios telemáticos a los efectos de lo dispuesto en el artículo 43 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas.			
		En: La Rioja, AM 28 de agosto de 2024	
		Firma: Representante legal de la Universidad	



1. DESCRIPCIÓN, OBJETIVOS FORMATIVOS Y JUSTIFICACIÓN DEL TÍTULO

1.1-1.3 DENOMINACIÓN, ÁMBITO, MENCIONES/ESPECIALIDADES Y OTROS DATOS BÁSICOS

NIVEL	DENOMINACIÓN ESPECÍFICA	CONJUNTO	CONVENIO	CONV. ADJUNTO
Máster	Máster Universitario en Comunicación y Marketing Político por la Universidad Internacional de La Rioja	No		Ver Apartado 1: Anexo 1.
RAMA				
Ciencias Sociales y Jurídicas				
ÁMBITO				
Periodismo, comunicación, publicidad y relaciones públicas				
AGENCIA EVALUADORA				
Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación				
LISTADO DE ESPECIALIDADES				
No existen datos				
MENCIÓN DUAL				
No				

1.4-1.9 UNIVERSIDADES, CENTROS, MODALIDADES, CRÉDITOS, IDIOMAS Y PLAZAS

UNIVERSIDAD SOLICITANTE		
Universidad Internacional de La Rioja		
LISTADO DE UNIVERSIDADES		
CÓDIGO	UNIVERSIDAD	
077	Universidad Internacional de La Rioja	
LISTADO DE UNIVERSIDADES EXTRANJERAS		
CÓDIGO	UNIVERSIDAD	
No existen datos		
CRÉDITOS TOTALES	CRÉDITOS DE COMPLEMENTOS FORMATIVOS	CRÉDITOS EN PRÁCTICAS EXTERNAS
60		6
CRÉDITOS OPTATIVOS	CRÉDITOS OBLIGATORIOS	CRÉDITOS TRABAJO FIN GRADO/MÁSTER
0	42	12

1.4-1.9 Universidad Internacional de La Rioja

1.4-1.9.1 CENTROS EN LOS QUE SE IMPARTE

LISTADO DE CENTROS			
CÓDIGO	CENTRO	CENTRO RESPONSABLE	CENTRO ACREDITADO INSTITUCIONALMENTE
26003829	Facultad Empresa y Comunicación	Si	Si

1.4-1.9.2 Facultad Empresa y Comunicación

1.4-1.9.2.1 Datos asociados al centro

MODALIDADES DE ENSEÑANZA EN LAS QUE SE IMPARTE EL TÍTULO		
PRESENCIAL	SEMPRESENCIAL/HÍBRIDA	A DISTANCIA/VIRTUAL
No	No	Sí
PLAZAS POR MODALIDAD		
		450
NÚMERO TOTAL DE PLAZAS	NÚMERO DE PLAZAS DE NUEVO INGRESO PARA PRIMER CURSO	
450	450	
IDIOMAS EN LOS QUE SE IMPARTE		



CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	

1.10 JUSTIFICACIÓN

JUSTIFICACIÓN DEL INTERÉS DEL TÍTULO Y CONTEXTUALIZACIÓN
Ver Apartado 1: Anexo 6.

1.11-1.13 OBJETIVOS FORMATIVOS, ESTRUCTURAS CURRICULARES ESPECÍFICAS Y DE INNOVACIÓN DOCENTE

OBJETIVOS FORMATIVOS
El Máster Universitario en Comunicación y Marketing Político tiene como objetivo que el alumno disponga de los elementos necesarios, teóricos y prácticos, para ser capaz de elaborar y desarrollar estrategias de comunicación y de marketing que funcionen de manera eficaz en instituciones o en partidos políticos. Se trata de una propuesta que responde a la consolidación de estas disciplinas en los últimos años.
ESTRUCTURAS CURRICULARES ESPECÍFICAS Y ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS DE INNOVACIÓN DOCENTE

1.14 PERFILES FUNDAMENTALES DE EGRESO Y PROFESIONES REGULADAS

PERFILES DE EGRESO	
https://static.unir.net/calidad/1.14_Perfil_egreso_MU_CyMP.pdf	
HABILITA PARA EL EJERCICIO DE PROFESIONES REGULADAS	No
NO ES CONDICIÓN DE ACCESO PARA TÍTULO PROFESIONAL	

2. RESULTADOS DEL PROCESO DE FORMACIÓN Y DE APRENDIZAJE

RESULTADOS DEL PROCESO DE FORMACIÓN Y DE APRENDIZAJE
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. TIPO: Habilidades o destrezas
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. TIPO: Conocimientos o contenidos
CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio. TIPO: Habilidades o destrezas
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. TIPO: Competencias
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. TIPO: Habilidades o destrezas
CE1 - Ser capaz de elaborar, desarrollar y evaluar un plan estratégico de comunicación y marketing político seleccionando para ello la metodología, las técnicas y las estrategias más adecuadas. TIPO: Competencias
CE10 - Aprovechar las herramientas 2.0 y manejarse correctamente en el entorno digital para mejorar la gestión de la comunicación y el marketing político en el ámbito institucional, político y electoral. TIPO: Competencias
CE11 - Ser capaz de aplicar los conocimientos adquiridos para gestionar adecuadamente conflictos o crisis utilizando para ello técnicas avanzadas de comunicación y marketing político. TIPO: Competencias
CE12 - Ser capaz de organizar y gestionar eventos tanto en el ámbito institucional como en el político y el electoral, utilizando para ello técnicas avanzadas de comunicación y marketing. TIPO: Competencias
CE13 - Comprender los aspectos organizativos de una campaña electoral e integrar esos conocimientos en la elaboración del plan de comunicación y marketing. TIPO: Conocimientos o contenidos
CE14 - Coordinar y planificar la actividad de un departamento o consultoría de comunicación y marketing político. TIPO: Competencias



CE15 - Ser capaz de gestionar adecuadamente las relaciones de un departamento o consultoría de comunicación y marketing político con una institución, un partido político o un equipo de campaña electoral. TIPO: Habilidades o destrezas
CE2 - Identificar las diferencias, características y necesidades específicas de, por un lado, la comunicación y el marketing institucional o de gobierno y, por otro, la comunicación y el marketing político o electoral. TIPO: Conocimientos o contenidos
CE3 - Ser capaz de desarrollar planes estratégicos de comunicación y marketing institucional aplicando para ello las metodologías y las técnicas avanzadas más adecuadas. TIPO: Habilidades o destrezas
CE5 - Aplicar la metodología, las herramientas y las estrategias más adecuadas para gestionar la imagen de cualquier institución, partido político o candidato y mejorar su reputación. TIPO: Competencias
CE6 - Identificar e interpretar las características de los actores, los procesos y el contexto que inciden en la constitución de la opinión pública y en los comportamientos electorales de los ciudadanos. TIPO: Competencias
CE7 - Conocer metodologías cualitativas y cuantitativas de investigación para poder interpretar los datos adecuadamente y aplicarlos al contexto institucional, político o electoral. TIPO: Conocimientos o contenidos
CE8 - Ser capaz de elaborar discursos políticos correctamente estructurados y adecuados a los diferentes públicos y transmitirlos de manera eficaz y solvente tanto directamente a los ciudadanos como ante los medios de comunicación. TIPO: Competencias
CE9 - Conocer y desarrollar las acciones de marketing político más adecuadas en cada caso para promocionar a una institución, un partido político o un candidato. TIPO: Conocimientos o contenidos
CG1 - Seleccionar la información que sea más relevante para la toma de decisiones relacionadas con la comunicación y el marketing político. TIPO: Habilidades o destrezas
CG2 - Entender y aplicar las metodologías más adecuadas para analizar los procesos y el contexto de la comunicación y el marketing político, teniendo en cuenta cómo afectan a los diferentes actores implicados. TIPO: Conocimientos o contenidos
CG3 - Ser capaz de adaptarse a situaciones y panoramas cambiantes en el contexto institucional, político o electoral, demostrando versatilidad y polivalencia a la hora de poner en marcha planes o acciones de comunicación y marketing político. TIPO: Habilidades o destrezas
CG4 - Conocer y aplicar herramientas y estrategias avanzadas relativas a las TIC en el ámbito profesional de la Comunicación y el Marketing Político. TIPO: Competencias
CG5 - Ser capaz de asesorar de forma adecuada y transmitir de forma comprensible argumentos y soluciones técnicas de comunicación y marketing político a públicos no especializados. TIPO: Habilidades o destrezas
CG6 - Ser capaz de integrarse o dirigir un equipo de trabajo de comunicación y marketing político y de sintetizar y exponer la labor realizada en un informe o documento final. TIPO: Competencias
CT1 - Organizar y planificar las tareas aprovechando los recursos, el tiempo y las competencias de manera óptima. TIPO: Habilidades o destrezas
CT2 - Identificar las nuevas tecnologías como herramientas didácticas para el intercambio comunicacional en el desarrollo de procesos de indagación y de aprendizaje. TIPO: Conocimientos o contenidos
CT3 - Desarrollar habilidades de comunicación, escritas y orales, para realizar atractivas y eficaces presentaciones de información profesional. TIPO: Habilidades o destrezas
CT4 - Adquirir la capacidad de trabajo independiente, impulsando la organización y favoreciendo el aprendizaje autónomo. TIPO: Habilidades o destrezas

3. ADMISIÓN, RECONOCIMIENTO Y MOVILIDAD

3.1 REQUISITOS DE ACCESO Y PROCEDIMIENTOS DE ADMISIÓN

3.1. Requisitos de acceso y procedimientos de admisión de estudiantes

Perfil de ingreso recomendado

El Máster Universitario en Comunicación y Marketing Político está dirigido a personas que hayan finalizado sus estudios de Grado/Licenciatura/Diplomatura y a profesionales que deseen trabajar, especializarse o ampliar su formación en el ámbito de la comunicación y el marketing político.

Por tanto, está especialmente orientado a:

- Titulados en Ciencias Políticas, Ciencias de la Comunicación (Periodismo, Comunicación Audiovisual o Publicidad), Gestión y Administración Pública, Relaciones Internacionales, Administración y Dirección de Empresas, Marketing, Económicas, Sociología, Trabajo Social, Ciencias Jurídicas, Filosofía y otras titulaciones afines.
- Profesionales del sector que posean un título universitario oficial.

Además, el estudiante interesado en cursar este máster deberá reunir las siguientes cualidades:

- Actitud de apertura y deseo de aprender, con participación activa en los canales de comunicación empleados en la metodología docente virtual.
- Capacidad de análisis y síntesis.



- Capacidad para la expresión oral y escrita en idioma español.
- Capacidad de relación social y trabajo en equipo.
- Método y disciplina para seguir los estudios sin la motivación que encuentra el alumno presencial.
- Conocimientos básicos de las herramientas informáticas más comunes.
- Interés por el seguimiento de la actualidad política nacional e internacional y, en especial, por la comunicación y el marketing aplicados a ese ámbito.

Requisitos de acceso y criterios de admisión

El órgano encargado de la gestión del proceso de admisión es el Departamento de Admisiones en su vertiente Nacional e Internacional.

La admisión definitiva en el título es competencia de la Comisión de Admisiones del título, que está compuesta por, al menos:

- Responsable del título (que puede delegar en un profesor del título).
- Responsable de Acceso y Verificaciones.

De acuerdo con el artículo 18 del Real Decreto 822/2021, de 28 de septiembre, por el que se establece la organización de las enseñanzas universitarias y del procedimiento de aseguramiento de su calidad, para el acceso a las enseñanzas oficiales de máster se requiere:

1. La posesión de un título universitario oficial de Graduada o Graduado español o equivalente es condición para acceder a un Máster Universitario, o en su caso disponer de otro título de Máster Universitario, o títulos del mismo nivel que el título español de Grado o Máster expedidos por universidades e instituciones de educación superior de un país del EEES que en dicho país permita el acceso a los estudios de Máster.
2. De igual modo, podrán acceder a un Máster Universitario del sistema universitario español personas en posesión de títulos procedentes de sistemas educativos que no formen parte del EEES, que equivalgan al título de Grado, sin necesidad de homologación del título, pero sí de comprobación por parte de la universidad del nivel de formación que implican, siempre y cuando en el país donde se haya expedido dicho título permita acceder a estudios de nivel de postgrado universitario. En ningún caso el acceso por esta vía implicará la homologación del título previo del que disponía la persona interesada ni su reconocimiento a otros efectos que el de realizar los estudios de Máster.

Podrán acceder al Máster Universitario en Comunicación y Marketing Político:

- Titulados en Ciencias Políticas, Ciencias de la Comunicación (Periodismo, Comunicación Audiovisual o Publicidad), Gestión y Administración Pública, Relaciones Internacionales, Administración y Dirección de Empresas, Marketing, Económicas, Sociología, Trabajo Social, Ciencias Jurídicas, Filosofía y otras titulaciones afines.

- Profesionales del sector que posean un título universitario oficial.

Satisfechos los requisitos generales de admisión previamente mencionados, y solo en el caso de que el número de solicitudes de plaza que cumplen con los requisitos recogidos en las vías de acceso exceda al número de plazas ofertadas, la resolución de las solicitudes de admisión tendrá en cuenta los siguientes criterios de valoración: Nota media del expediente en la titulación que otorga el acceso al Máster (100%).

REGLAMENTO DE ACCESO Y ADMISIÓN A ESTUDIOS OFICIALES DE LA UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LA RIOJA

Se aporta el enlace que consta en la página web de la Universidad:

https://static.unir.net/documentos/reglamento_acceso_admision_e_o_unir.pdf

Teniendo en cuenta lo indicado por la normativa vigente respecto a la extensión máxima de las memorias de títulos oficiales, limitada a 10 000 palabras.

3.2 CRITERIOS PARA EL RECONOCIMIENTO Y TRANSFERENCIAS DE CRÉDITOS

Reconocimiento de Créditos Cursados en Enseñanzas Superiores Oficiales no Universitarias

MÍNIMO	MÁXIMO
0	0

Adjuntar Convenio

Reconocimiento de Créditos Cursados en Títulos Propios

MÍNIMO	MÁXIMO
0	6

Adjuntar Título Propio

Ver Apartado 3: Anexo 2.

Reconocimiento de Créditos Cursados por Acreditación de Experiencia Laboral y Profesional

MÍNIMO	MÁXIMO
0	6

DESCRIPCIÓN



Reconocimiento de créditos cursados en títulos propios

De acuerdo con lo establecido en el art. 10.4 del Real Decreto 822/2021, podrán ser objeto de reconocimiento los créditos cursados en enseñanzas universitarias conducentes a la obtención de títulos propios o de formación permanente. No obstante se fijan, de acuerdo con la Normativa UNIR de reconocimiento y transferencia de créditos, los siguientes límites y criterios para poder proceder a este reconocimiento:

- El máximo de créditos que podrá ser objeto de reconocimiento (tanto por experiencia profesional o laboral previa, como por haber superado estas enseñanzas universitarias no oficiales, no podrá ser superior, en su conjunto, a 9 créditos, correspondiente, según el artículo 10.5 del R.D. 822/2021, al 15 por ciento del total de créditos que constituyen el plan de estudios. Debido a la configuración del plan de estudios y a la dificultad de reconocer asignaturas de manera parcial, se ha establecido un máximo de 6 ECTS para el Reconocimiento de Créditos Cursados por Acreditación de Experiencia Laboral y Profesional.
- El reconocimiento no incorporará calificación ni computará a efectos de baremación de expediente.
- Sólo se admitirá aquellos estudios propios o de formación permanente en los que se garantice una adecuada evaluación del proceso formativo. A tal fin, en ningún caso, la simple asistencia podrá ser medio suficiente para acreditar la adquisición de competencia alguna. Tampoco serán aceptadas las acreditaciones o certificaciones expedidas por Departamentos o unidades universitarias que no tengan claras competencias en materia de títulos no oficiales.
- De no estar específicamente delimitado el perfil competencial del estudio universitario no oficial de origen, solo será posible el reconocimiento en caso de que exista una inequívoca equivalencia entre los conocimientos y competencias adquiridas con alguna o algunas materias concretas del título de destino.

Reconocimiento de Créditos Cursados por Acreditación de Experiencia laboral y profesional

1. Parte del plan de estudios afectada por el reconocimiento .

La normativa vigente fija el límite máximo de reconocimiento a partir de experiencia profesional y laboral en el 15% del total de créditos que constituyen el plan de estudios. En el caso de un máster de 60 ECTS, esto equivale a 9 ECTS. Sin embargo, el plan de estudios del Máster Universitario en Comunicación y Marketing Político está estructurado en asignaturas de 6 ECTS. Esto hace necesario ajustar la cifra de reconocimiento máximo por experiencia profesional a 6 ECTS.

Con base a lo anterior y teniendo en cuenta que la experiencia laboral y profesional aportada por el estudiante debe proporcionar los mismos resultados del proceso de formación y de aprendizaje que se adquieren con las asignaturas reconocidas, podrán ser objeto de reconocimiento por experiencia profesional y laboral, únicamente las siguientes:

- Comunicación y Marketing Institucional. Comunicar desde el Poder y de Gobierno (6 ECTS).
- Comunicación y Marketing Político y La Campaña Electoral (6 ECTS).
- Consultoría en Comunicación y Marketing Político (6 ECTS)- El Plan de Comunicación Político (6 ECTS)
- Prácticas Académicas Externas (6 ECTS).

2) Definición del tipo de experiencia profesional y laboral que podrá ser reconocida y 3) Justificación de dicho reconocimiento en términos de resultados del proceso de formación y aprendizaje ya que el perfil de egresados ha de ser el mismo.

La experiencia profesional y laboral acreditada podrá ser reconocida en forma de créditos que computarán a efectos de la obtención de un título oficial, siempre que dicha experiencia esté relacionada con los resultados de aprendizaje inherentes a dicho título.

La documentación aportada incluirá, en su caso, contrato laboral con alta en la Seguridad Social, acreditado mediante certificado de vida laboral; credencial de prácticas de inserción profesional; certificados de formación de personal; memoria de actividades desempeñadas y/o cualquier otro documento que permita comprobar o poner de manifiesto la experiencia alegada y su relación con los resultados de aprendizaje inherentes al título.

El tipo de experiencia que se precisará para el reconocimiento de las asignaturas mencionadas será el que se describe en la siguiente tabla:

Materia	Asignatura (ECTS)	Resultados de aprendizaje	Justificación
---------	-------------------	---------------------------	---------------



		zaje Es- pecíficos	
Estrategias de Comunicación y Marketing Político por Sectores	Comunicación y Marketing Institucional. Comunicar desde el Poder y de Gobierno (6 ECTS)	CE1, CE2, CE3, CE5, CE11, CE12	<p>Entidad: Departamento de comunicación y marketing o gabinetes de comunicación de instituciones públicas y administraciones. Duración: Mínimo un periodo de 300 horas de trabajo acreditado. Tareas desempeñadas: La actividad que se haya desarrollado debe justificar experiencia participando activamente en las tareas correspondientes a la elaboración o puesta en marcha de acciones de comunicación y marketing de una institución o administración pública u otras tareas propias de este perfil. En concreto, serán objeto del reconocimiento de créditos perfiles como director de comunicación, responsable de marketing, portavoz, director de relaciones con los medios, jefe de gabinete, jefe de prensa u otras denominaciones asimilables en el ámbito de las instituciones y administraciones públicas.</p>
Estrategias de Comunicación y Marketing Político por Sectores	Comunicación y Marketing Político y La Campaña Electoral (6 ECTS)	CE1, CE2, CE5, CE12, CE13	<p>Entidad: Departamento de comunicación y/o marketing o gabinetes de comunicación de partidos políticos u otras organizaciones similares, como sindicatos u ONG. Duración: Mínimo un periodo de 300 horas de trabajo acreditado. Tareas desempeñadas: La actividad que se haya desarrollado debe justificar experiencia participando activamente en las tareas correspondientes a la elaboración o puesta en marcha de acciones de comunicación y marketing de un partido político u organización similar u otras tareas propias de este perfil. En concreto, serán objeto del reconocimiento de créditos perfiles como director de comunicación, responsable de marketing, portavoz, director de relaciones con los medios, jefe de gabinete, jefe de prensa u otras</p>



			denominaciones asimilables en el ámbito de los partidos políticos u otras organizaciones similares.
Estrategias de Comunicación y Marketing Político por Sectores	<p>Consultoría en Comunicación y Marketing Político</p> <p>El Plan de Comunicación Político (6 ECTS)</p>	CE1, CE2, CE5, CE14, CE15	<p>Entidad: Empresas que se dediquen a la consultoría y asesoría política, Agencias de comunicación y marketing político, gabinetes de comunicación y consultoras para instituciones públicas o partidos políticos. Duración: Mínimo un periodo de 300 horas de trabajo acreditado.</p> <p>Tareas desempeñadas: La actividad que se haya desarrollado en la empresa debe justificar experiencia participando activamente en el asesoramiento externo a instituciones o partidos políticos en el ámbito de la comunicación y el marketing, a través de la elaboración de planes de comunicación y marketing, el diseño de proyectos, la elaboración de informes u otras tareas propias de este tipo de consultoría.</p>
Prácticas Académicas Externas	Prácticas Académicas Externas (6 ECTS)	CE1, CE5, CE8, CE9, CE10, CE11, CE14, CE15	<p>Entidad: Departamento de comunicación y marketing o gabinetes de comunicación de instituciones públicas y administraciones; Departamento de comunicación y/o marketing o gabinetes de comunicación de partidos políticos u otras organizaciones similares, como sindicatos, patronales, fundaciones u ONG; Empresas que se dediquen a la consultoría y asesoría política, agencias de comunicación y marketing político.</p> <p>Duración: Mínimo un periodo de 300 horas de trabajo acreditado.</p> <p>Tareas desempeñadas: La actividad que se haya desarrollado debe justificar experiencia participando activamente en las tareas correspondientes a la elaboración o puesta en marcha de acciones de comunicación y marketing de una institución, partido político u organización similar, en una consultoría u organiza-</p>



ción similar asesorando a alguna institución, partido político u organización similar en el ámbito de la comunicación y el marketing u otras tareas propias de dichos perfiles. En concreto, serán objeto del reconocimiento de créditos perfiles como director de comunicación, responsable de marketing, portavoz, director de relaciones con los medios, jefe de gabinete, jefe de prensa u otras denominaciones asimilables en el ámbito de las instituciones, partidos políticos u otras organizaciones similares. Asimismo, en el caso de la consultoría externa, se reconocerá como experiencia la elaboración de planes de comunicación y marketing, el diseño de proyectos, la elaboración de informes u otras tareas propias de este tipo de consultoría.

El Departamento de Reconocimiento y Transferencia de Créditos revisará la documentación aportada en cada caso, para verificar que se cumplen los requisitos descritos en el apartado anterior, de forma que el reconocimiento esté justificado en términos de resultados de aprendizaje.

NORMATIVA DE RECONOCIMIENTO Y TRANSFERENCIA DE CRÉDITOS DE LA UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LA RIOJA.

Se aporta el enlace que consta en la página web de la Universidad:

<https://static.unir.net/documentos/normativa-RTC.pdf>

Teniendo en cuenta lo indicado por la normativa vigente respecto a la extensión máxima de las memorias de títulos oficiales, limitada a 10 000 palabras.

3.3 MOVILIDAD DE LOS ESTUDIANTES PROPIOS Y DE ACOGIDA

Información indicada en el Anexo I de la memoria.

4. PLANIFICACIÓN DE LAS ENSEÑANZAS

4.1 ESTRUCTURA BÁSICA DE LAS ENSEÑANZAS

DESCRIPCIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS

Ver Apartado 4: Anexo I.

4.1 SIN NIVEL 1

NIVEL 2: Teoría y Metodología Avanzadas en Comunicación y Marketing Político

4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2

CARÁCTER	Obligatoria
ECTS NIVEL 2	12
DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral	



ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
6	6	
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
NIVEL 3: Análisis de los Stakeholders en el Contexto de la Comunicación y el Marketing Político		
4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
	6	
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
NIVEL 3: Investigación del Mercado Electoral		
4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
6		
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
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. TIPO: Habilidades o destrezas		
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. TIPO: Conocimientos o contenidos		
CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio. TIPO: Habilidades o destrezas		
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. TIPO: Competencias		
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. TIPO: Habilidades o destrezas		
CE1 - Ser capaz de elaborar, desarrollar y evaluar un plan estratégico de comunicación y marketing político seleccionando para ello la metodología, las técnicas y las estrategias más adecuadas. TIPO: Competencias		
CE14 - Coordinar y planificar la actividad de un departamento o consultoría de comunicación y marketing político. TIPO: Competencias		
CE15 - Ser capaz de gestionar adecuadamente las relaciones de un departamento o consultoría de comunicación y marketing político con una institución, un partido político o un equipo de campaña electoral. TIPO: Habilidades o destrezas		



CE2 - Identificar las diferencias, características y necesidades específicas de, por un lado, la comunicación y el marketing institucional o de gobierno y, por otro, la comunicación y el marketing político o electoral. TIPO: Conocimientos o contenidos		
CE3 - Ser capaz de desarrollar planes estratégicos de comunicación y marketing institucional aplicando para ello las metodologías y las técnicas avanzadas más adecuadas. TIPO: Habilidades o destrezas		
CE5 - Aplicar la metodología, las herramientas y las estrategias más adecuadas para gestionar la imagen de cualquier institución, partido político o candidato y mejorar su reputación. TIPO: Competencias		
CE6 - Identificar e interpretar las características de los actores, los procesos y el contexto que inciden en la constitución de la opinión pública y en los comportamientos electorales de los ciudadanos. TIPO: Competencias		
CE7 - Conocer metodologías cualitativas y cuantitativas de investigación para poder interpretar los datos adecuadamente y aplicarlos al contexto institucional, político o electoral. TIPO: Conocimientos o contenidos		
CG1 - Seleccionar la información que sea más relevante para la toma de decisiones relacionadas con la comunicación y el marketing político. TIPO: Habilidades o destrezas		
CG2 - Entender y aplicar las metodologías más adecuadas para analizar los procesos y el contexto de la comunicación y el marketing político, teniendo en cuenta cómo afectan a los diferentes actores implicados. TIPO: Conocimientos o contenidos		
CG3 - Ser capaz de adaptarse a situaciones y panoramas cambiantes en el contexto institucional, político o electoral, demostrando versatilidad y polivalencia a la hora de poner en marcha planes o acciones de comunicación y marketing político. TIPO: Habilidades o destrezas		
CG5 - Ser capaz de asesorar de forma adecuada y transmitir de forma comprensible argumentos y soluciones técnicas de comunicación y marketing político a públicos no especializados. TIPO: Habilidades o destrezas		
CT1 - Organizar y planificar las tareas aprovechando los recursos, el tiempo y las competencias de manera óptima. TIPO: Habilidades o destrezas		
CT2 - Identificar las nuevas tecnologías como herramientas didácticas para el intercambio comunicacional en el desarrollo de procesos de indagación y de aprendizaje. TIPO: Conocimientos o contenidos		
CT3 - Desarrollar habilidades de comunicación, escritas y orales, para realizar atractivas y eficaces presentaciones de información profesional. TIPO: Habilidades o destrezas		
CT4 - Adquirir la capacidad de trabajo independiente, impulsando la organización y favoreciendo el aprendizaje autónomo. TIPO: Habilidades o destrezas		
NIVEL 2: Técnicas Avanzadas en Comunicación y Marketing Político		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	12	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
12		
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
NIVEL 3: Técnicas de Comunicación Avanzada y Retórica Aplicadas a la Política		
4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
6		
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12



NIVEL 3: Estrategias y Tácticas de Marketing Político		
4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
6		
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
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. TIPO: Habilidades o destrezas		
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. TIPO: Conocimientos o contenidos		
CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio. TIPO: Habilidades o destrezas		
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. TIPO: Competencias		
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. TIPO: Habilidades o destrezas		
CE1 - Ser capaz de elaborar, desarrollar y evaluar un plan estratégico de comunicación y marketing político seleccionando para ello la metodología, las técnicas y las estrategias más adecuadas. TIPO: Competencias		
CE10 - Aprovechar las herramientas 2.0 y manejarse correctamente en el entorno digital para mejorar la gestión de la comunicación y el marketing político en el ámbito institucional, político y electoral. TIPO: Competencias		
CE2 - Identificar las diferencias, características y necesidades específicas de, por un lado, la comunicación y el marketing institucional o de gobierno y, por otro, la comunicación y el marketing político o electoral. TIPO: Conocimientos o contenidos		
CE3 - Ser capaz de desarrollar planes estratégicos de comunicación y marketing institucional aplicando para ello las metodologías y las técnicas avanzadas más adecuadas. TIPO: Habilidades o destrezas		
CE5 - Aplicar la metodología, las herramientas y las estrategias más adecuadas para gestionar la imagen de cualquier institución, partido político o candidato y mejorar su reputación. TIPO: Competencias		
CE8 - Ser capaz de elaborar discursos políticos correctamente estructurados y adecuados a los diferentes públicos y transmitirlos de manera eficaz y solvente tanto directamente a los ciudadanos como ante los medios de comunicación. TIPO: Competencias		
CE9 - Conocer y desarrollar las acciones de marketing político más adecuadas en cada caso para promocionar a una institución, un partido político o un candidato. TIPO: Conocimientos o contenidos		
CG1 - Seleccionar la información que sea más relevante para la toma de decisiones relacionadas con la comunicación y el marketing político. TIPO: Habilidades o destrezas		
CG3 - Ser capaz de adaptarse a situaciones y panoramas cambiantes en el contexto institucional, político o electoral, demostrando versatilidad y polivalencia a la hora de poner en marcha planes o acciones de comunicación y marketing político. TIPO: Habilidades o destrezas		
CG4 - Conocer y aplicar herramientas y estrategias avanzadas relativas a las TIC en el ámbito profesional de la Comunicación y el Marketing Político. TIPO: Competencias		
CG5 - Ser capaz de asesorar de forma adecuada y transmitir de forma comprensible argumentos y soluciones técnicas de comunicación y marketing político a públicos no especializados. TIPO: Habilidades o destrezas		
CG6 - Ser capaz de integrarse o dirigir un equipo de trabajo de comunicación y marketing político y de sintetizar y exponer la labor realizada en un informe o documento final. TIPO: Competencias		



CT1 - Organizar y planificar las tareas aprovechando los recursos, el tiempo y las competencias de manera óptima. TIPO: Habilidades o destrezas		
CT2 - Identificar las nuevas tecnologías como herramientas didácticas para el intercambio comunicacional en el desarrollo de procesos de indagación y de aprendizaje. TIPO: Conocimientos o contenidos		
CT3 - Desarrollar habilidades de comunicación, escritas y orales, para realizar atractivas y eficaces presentaciones de información profesional. TIPO: Habilidades o destrezas		
CT4 - Adquirir la capacidad de trabajo independiente, impulsando la organización y favoreciendo el aprendizaje autónomo. TIPO: Habilidades o destrezas		
NIVEL 2: Estrategias de Comunicación y Marketing Político por Sectores		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	18	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
12	6	
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
NIVEL 3: Comunicación y Marketing Institucional. Comunicar desde el Poder		
4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
	6	
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
NIVEL 3: La Campaña Electoral		
4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
6		
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
NIVEL 3: El Plan de Comunicación Político		
4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		



ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
6		
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
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. TIPO: Habilidades o destrezas		
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. TIPO: Conocimientos o contenidos		
CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio. TIPO: Habilidades o destrezas		
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. TIPO: Competencias		
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. TIPO: Habilidades o destrezas		
CE1 - Ser capaz de elaborar, desarrollar y evaluar un plan estratégico de comunicación y marketing político seleccionando para ello la metodología, las técnicas y las estrategias más adecuadas. TIPO: Competencias		
CE11 - Ser capaz de aplicar los conocimientos adquiridos para gestionar adecuadamente conflictos o crisis utilizando para ello técnicas avanzadas de comunicación y marketing político. TIPO: Competencias		
CE12 - Ser capaz de organizar y gestionar eventos tanto en el ámbito institucional como en el político y el electoral, utilizando para ello técnicas avanzadas de comunicación y marketing. TIPO: Competencias		
CE13 - Comprender los aspectos organizativos de una campaña electoral e integrar esos conocimientos en la elaboración del plan de comunicación y marketing. TIPO: Conocimientos o contenidos		
CE14 - Coordinar y planificar la actividad de un departamento o consultoría de comunicación y marketing político. TIPO: Competencias		
CE15 - Ser capaz de gestionar adecuadamente las relaciones de un departamento o consultoría de comunicación y marketing político con una institución, un partido político o un equipo de campaña electoral. TIPO: Habilidades o destrezas		
CE2 - Identificar las diferencias, características y necesidades específicas de, por un lado, la comunicación y el marketing institucional o de gobierno y, por otro, la comunicación y el marketing político o electoral. TIPO: Conocimientos o contenidos		
CE3 - Ser capaz de desarrollar planes estratégicos de comunicación y marketing institucional aplicando para ello las metodologías y las técnicas avanzadas más adecuadas. TIPO: Habilidades o destrezas		
CE5 - Aplicar la metodología, las herramientas y las estrategias más adecuadas para gestionar la imagen de cualquier institución, partido político o candidato y mejorar su reputación. TIPO: Competencias		
CG1 - Seleccionar la información que sea más relevante para la toma de decisiones relacionadas con la comunicación y el marketing político. TIPO: Habilidades o destrezas		
CG2 - Entender y aplicar las metodologías más adecuadas para analizar los procesos y el contexto de la comunicación y el marketing político, teniendo en cuenta cómo afectan a los diferentes actores implicados. TIPO: Conocimientos o contenidos		
CG3 - Ser capaz de adaptarse a situaciones y panoramas cambiantes en el contexto institucional, político o electoral, demostrando versatilidad y polivalencia a la hora de poner en marcha planes o acciones de comunicación y marketing político. TIPO: Habilidades o destrezas		
CG4 - Conocer y aplicar herramientas y estrategias avanzadas relativas a las TIC en el ámbito profesional de la Comunicación y el Marketing Político. TIPO: Competencias		
CG5 - Ser capaz de asesorar de forma adecuada y transmitir de forma comprensible argumentos y soluciones técnicas de comunicación y marketing político a públicos no especializados. TIPO: Habilidades o destrezas		
CG6 - Ser capaz de integrarse o dirigir un equipo de trabajo de comunicación y marketing político y de sintetizar y exponer la labor realizada en un informe o documento final. TIPO: Competencias		



CT1 - Organizar y planificar las tareas aprovechando los recursos, el tiempo y las competencias de manera óptima. TIPO: Habilidades o destrezas		
CT2 - Identificar las nuevas tecnologías como herramientas didácticas para el intercambio comunicacional en el desarrollo de procesos de indagación y de aprendizaje. TIPO: Conocimientos o contenidos		
CT3 - Desarrollar habilidades de comunicación, escritas y orales, para realizar atractivas y eficaces presentaciones de información profesional. TIPO: Habilidades o destrezas		
CT4 - Adquirir la capacidad de trabajo independiente, impulsando la organización y favoreciendo el aprendizaje autónomo. TIPO: Habilidades o destrezas		
NIVEL 2: Trabajo Fin de Máster		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Trabajo Fin de Grado / Máster	
ECTS NIVEL 2	12	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
	12	
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
NIVEL 3: Trabajo Fin de Máster		
4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Trabajo Fin de Grado / Máster	12	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
	12	
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
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. TIPO: Habilidades o destrezas		
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. TIPO: Conocimientos o contenidos		
CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio. TIPO: Habilidades o destrezas		
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. TIPO: Competencias		
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. TIPO: Habilidades o destrezas		
CE1 - Ser capaz de elaborar, desarrollar y evaluar un plan estratégico de comunicación y marketing político seleccionando para ello la metodología, las técnicas y las estrategias más adecuadas. TIPO: Competencias		
CE10 - Aprovechar las herramientas 2.0 y manejarse correctamente en el entorno digital para mejorar la gestión de la comunicación y el marketing político en el ámbito institucional, político y electoral. TIPO: Competencias		
CE11 - Ser capaz de aplicar los conocimientos adquiridos para gestionar adecuadamente conflictos o crisis utilizando para ello técnicas avanzadas de comunicación y marketing político. TIPO: Competencias		



CE12 - Ser capaz de organizar y gestionar eventos tanto en el ámbito institucional como en el político y el electoral, utilizando para ello técnicas avanzadas de comunicación y marketing. TIPO: Competencias		
CE13 - Comprender los aspectos organizativos de una campaña electoral e integrar esos conocimientos en la elaboración del plan de comunicación y marketing. TIPO: Conocimientos o contenidos		
CE14 - Coordinar y planificar la actividad de un departamento o consultoría de comunicación y marketing político. TIPO: Competencias		
CE15 - Ser capaz de gestionar adecuadamente las relaciones de un departamento o consultoría de comunicación y marketing político con una institución, un partido político o un equipo de campaña electoral. TIPO: Habilidades o destrezas		
CE2 - Identificar las diferencias, características y necesidades específicas de, por un lado, la comunicación y el marketing institucional o de gobierno y, por otro, la comunicación y el marketing político o electoral. TIPO: Conocimientos o contenidos		
CE3 - Ser capaz de desarrollar planes estratégicos de comunicación y marketing institucional aplicando para ello las metodologías y las técnicas avanzadas más adecuadas. TIPO: Habilidades o destrezas		
CE5 - Aplicar la metodología, las herramientas y las estrategias más adecuadas para gestionar la imagen de cualquier institución, partido político o candidato y mejorar su reputación. TIPO: Competencias		
CE6 - Identificar e interpretar las características de los actores, los procesos y el contexto que inciden en la constitución de la opinión pública y en los comportamientos electorales de los ciudadanos. TIPO: Competencias		
CE7 - Conocer metodologías cualitativas y cuantitativas de investigación para poder interpretar los datos adecuadamente y aplicarlos al contexto institucional, político o electoral. TIPO: Conocimientos o contenidos		
CE8 - Ser capaz de elaborar discursos políticos correctamente estructurados y adecuados a los diferentes públicos y transmitirlos de manera eficaz y solvente tanto directamente a los ciudadanos como ante los medios de comunicación. TIPO: Competencias		
CE9 - Conocer y desarrollar las acciones de marketing político más adecuadas en cada caso para promocionar a una institución, un partido político o un candidato. TIPO: Conocimientos o contenidos		
CG1 - Seleccionar la información que sea más relevante para la toma de decisiones relacionadas con la comunicación y el marketing político. TIPO: Habilidades o destrezas		
CG2 - Entender y aplicar las metodologías más adecuadas para analizar los procesos y el contexto de la comunicación y el marketing político, teniendo en cuenta cómo afectan a los diferentes actores implicados. TIPO: Conocimientos o contenidos		
CG3 - Ser capaz de adaptarse a situaciones y panoramas cambiantes en el contexto institucional, político o electoral, demostrando versatilidad y polivalencia a la hora de poner en marcha planes o acciones de comunicación y marketing político. TIPO: Habilidades o destrezas		
CG4 - Conocer y aplicar herramientas y estrategias avanzadas relativas a las TIC en el ámbito profesional de la Comunicación y el Marketing Político. TIPO: Competencias		
CG5 - Ser capaz de asesorar de forma adecuada y transmitir de forma comprensible argumentos y soluciones técnicas de comunicación y marketing político a públicos no especializados. TIPO: Habilidades o destrezas		
CG6 - Ser capaz de integrarse o dirigir un equipo de trabajo de comunicación y marketing político y de sintetizar y exponer la labor realizada en un informe o documento final. TIPO: Competencias		
CT1 - Organizar y planificar las tareas aprovechando los recursos, el tiempo y las competencias de manera óptima. TIPO: Habilidades o destrezas		
CT2 - Identificar las nuevas tecnologías como herramientas didácticas para el intercambio comunicacional en el desarrollo de procesos de indagación y de aprendizaje. TIPO: Conocimientos o contenidos		
CT3 - Desarrollar habilidades de comunicación, escritas y orales, para realizar atractivas y eficaces presentaciones de información profesional. TIPO: Habilidades o destrezas		
CT4 - Adquirir la capacidad de trabajo independiente, impulsando la organización y favoreciendo el aprendizaje autónomo. TIPO: Habilidades o destrezas		
NIVEL 2: Prácticas Académicas Externas		
4.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Prácticas Externas	
ECTS NIVEL 2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
	6	



ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
NIVEL 3: Prácticas Académicas Externas		
4.1.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Prácticas Externas	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
	6	
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
4.1.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
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. TIPO: Habilidades o destrezas		
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. TIPO: Conocimientos o contenidos		
CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio. TIPO: Habilidades o destrezas		
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. TIPO: Competencias		
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. TIPO: Habilidades o destrezas		
CE1 - Ser capaz de elaborar, desarrollar y evaluar un plan estratégico de comunicación y marketing político seleccionando para ello la metodología, las técnicas y las estrategias más adecuadas. TIPO: Competencias		
CE10 - Aprovechar las herramientas 2.0 y manejarse correctamente en el entorno digital para mejorar la gestión de la comunicación y el marketing político en el ámbito institucional, político y electoral. TIPO: Competencias		
CE11 - Ser capaz de aplicar los conocimientos adquiridos para gestionar adecuadamente conflictos o crisis utilizando para ello técnicas avanzadas de comunicación y marketing político. TIPO: Competencias		
CE14 - Coordinar y planificar la actividad de un departamento o consultoría de comunicación y marketing político. TIPO: Competencias		
CE15 - Ser capaz de gestionar adecuadamente las relaciones de un departamento o consultoría de comunicación y marketing político con una institución, un partido político o un equipo de campaña electoral. TIPO: Habilidades o destrezas		
CE5 - Aplicar la metodología, las herramientas y las estrategias más adecuadas para gestionar la imagen de cualquier institución, partido político o candidato y mejorar su reputación. TIPO: Competencias		
CE8 - Ser capaz de elaborar discursos políticos correctamente estructurados y adecuados a los diferentes públicos y transmitirlos de manera eficaz y solvente tanto directamente a los ciudadanos como ante los medios de comunicación. TIPO: Competencias		
CE9 - Conocer y desarrollar las acciones de marketing político más adecuadas en cada caso para promocionar a una institución, un partido político o un candidato. TIPO: Conocimientos o contenidos		
CG1 - Seleccionar la información que sea más relevante para la toma de decisiones relacionadas con la comunicación y el marketing político. TIPO: Habilidades o destrezas		
CG2 - Entender y aplicar las metodologías más adecuadas para analizar los procesos y el contexto de la comunicación y el marketing político, teniendo en cuenta cómo afectan a los diferentes actores implicados. TIPO: Conocimientos o contenidos		



CG3 - Ser capaz de adaptarse a situaciones y panoramas cambiantes en el contexto institucional, político o electoral, demostrando versatilidad y polivalencia a la hora de poner en marcha planes o acciones de comunicación y marketing político. TIPO: Habilidades o destrezas
CG4 - Conocer y aplicar herramientas y estrategias avanzadas relativas a las TIC en el ámbito profesional de la Comunicación y el Marketing Político. TIPO: Competencias
CG5 - Ser capaz de asesorar de forma adecuada y transmitir de forma comprensible argumentos y soluciones técnicas de comunicación y marketing político a públicos no especializados. TIPO: Habilidades o destrezas
CG6 - Ser capaz de integrarse o dirigir un equipo de trabajo de comunicación y marketing político y de sintetizar y exponer la labor realizada en un informe o documento final. TIPO: Competencias
CT1 - Organizar y planificar las tareas aprovechando los recursos, el tiempo y las competencias de manera óptima. TIPO: Habilidades o destrezas
CT2 - Identificar las nuevas tecnologías como herramientas didácticas para el intercambio comunicacional en el desarrollo de procesos de indagación y de aprendizaje. TIPO: Conocimientos o contenidos
CT3 - Desarrollar habilidades de comunicación, escritas y orales, para realizar atractivas y eficaces presentaciones de información profesional. TIPO: Habilidades o destrezas
CT4 - Adquirir la capacidad de trabajo independiente, impulsando la organización y favoreciendo el aprendizaje autónomo. TIPO: Habilidades o destrezas

NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 2

4.2 ACTIVIDADES Y METODOLOGÍAS DOCENTES

ACTIVIDADES FORMATIVAS

Denominación de las actividades formativas según las definiciones y datos aportados en el apartado 4.1.
Sesiones presenciales virtuales
Recursos didácticos audiovisuales
Estudio del material básico
Lectura del material complementario
Trabajos, casos prácticos, test
Tutorías
Trabajo colaborativo
Realización de examen final
Sesión inicial de presentación de Trabajo Fin de Máster
Lectura de material en la plataforma (TFM)
Seminarios de Trabajo Fin de Máster
Tutorías (TFM)
Sesiones grupales de Trabajo Fin de Máster
Elaboración del Trabajo Fin de Máster
Exposición del Trabajo Fin de Máster
Realización de Prácticas Académicas Externas
Redacción de la Memoria de Prácticas
Tutorías (Prácticas)

Adicionalmente, en el PDF del apartado 4.1. se indican las definiciones de las actividades formativas, así como su asignación en horas y porcentaje de interacción virtual síncrona, o porcentaje de presencialidad física en su caso, en las diferentes materias del título.

METODOLOGÍAS DOCENTES

Metodologías docentes	
01	Métodos de enseñanza basados en las distintas formas de expresión: donde se incluirían las clases presenciales virtuales, lecciones magistrales, etc. Dichos métodos promueven el conocimiento por comprensión, crean la necesidad de seguir aprendiendo, involucran al estudiante y le dotan de responsabilidad y protagonismo en su aprendizaje.
02	Métodos orientados a la discusión y/o al trabajo en equipo: laboratorios, trabajo colaborativo, foros, etc. Dichos métodos promueven las habilidades sociales (dinámica de grupo, resolución de problemas...), elevan el grado de motivación, el compromiso y la responsabilidad, el entrenamiento en habilidades profesionales, etc.
03	Métodos fundamentados en el aprendizaje individual: estudio personal, lecturas de material complementario... Dichos métodos permiten que el alumno establezca un ritmo de estudio, marque sus propios objetivos de aprendizaje, planifica y organiza su trabajo...

Adicionalmente, en el PDF del apartado 4.1. se indica la asignación de las metodologías docentes a las diferentes materias del título.



4.3 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

Denominación de los sistemas de evaluación según las definiciones y datos aportados en el apartado 4.1.

Participación del estudiante

Trabajos, proyectos y/o casos

Test de autoevaluación

Examen final

Evaluación de la estructura del Trabajo Fin de Máster

Evaluación de la exposición del Trabajo Fin de Máster

Evaluación del contenido individual del Trabajo Fin de Máster

Evaluación en base al informe del tutor externo (Prácticas)

Memoria de prácticas

Adicionalmente, en el PDF del apartado 4.1. se indican las definiciones de los sistemas de evaluación, así como su asignación a las diferentes materias del título y sus ponderaciones mínimas y máximas correspondientes.

4.4 ESTRUCTURAS CURRICULARES ESPECÍFICAS



5. PERSONAL ACADÉMICO Y DE APOYO A LA DOCENCIA

PERSONAL ACADÉMICO
Ver Apartado 5: Anexo 1.
OTROS RECURSOS HUMANOS
Ver Apartado 5: Anexo 2.

6. RECURSOS MATERIALES E INFRAESTRUCTURALES, PRÁCTICAS Y SERVICIOS

Justificación de que los medios materiales disponibles son adecuados: Ver Apartado 6: Anexo 1.

7. CALENDARIO DE IMPLANTACIÓN

7.1 CRONOGRAMA DE IMPLANTACIÓN	
CURSO DE INICIO	2017
Ver Apartado 7: Anexo 1.	
7.2 PROCEDIMIENTO DE ADAPTACIÓN	
No aplicable.	
7.3 ENSEÑANZAS QUE SE EXTINGUEN	
CÓDIGO	ESTUDIO - CENTRO

8. SISTEMA INTERNO DE GARANTÍA DE LA CALIDAD Y ANEXOS

8.1 SISTEMA INTERNO DE GARANTÍA DE LA CALIDAD	
ENLACE	http://www.unir.net/universidad-online/manual-calidad-procedimientos/
8.2 INFORMACIÓN PÚBLICA	
<p>8.2. Medios de información pública relevante</p> <p>8.2.1. Canales de difusión de la información y su gestión</p> <p>Para informar tanto al estudiantado, previamente a su matriculación y durante el proceso de formación y aprendizaje, como al profesorado, a los empleadores y a la sociedad en su conjunto se dispone de la página web oficial de la Universidad Internacional de La Rioja donde se aporta la información sobre las características del título (resultados de aprendizaje, temporalización del plan de estudios que incluye asignaturas, actividades formativas y sistemas de evaluación), sistemas de acceso y admisión, idioma de impartición, etc.</p> <p>La Universidad dispone de sistemas para el control periódico de la información disponible en la página web. Por ello, se verifica periódicamente que la información disponible en la página web del título es suficientemente completa, adecuada y relevante para el estudiantado. El coordinador académico del título hace constar en el informe anual de la Unidad de Calidad de Titulación (UCT) esta revisión periódica.</p> <p>Información pública relevante del plan de estudios</p> <p>UNIR pone a disposición del estudiantado, el profesorado, los empleadores y la sociedad en su conjunto toda la información actualizada del plan de estudios a través de las guías docentes disponibles en la página web de la Universidad. Así, a través de la guía docente de cada una de las asignaturas que forman el plan de estudios, se puede acceder a la siguiente información:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Presentación: describe el objetivo de la asignatura y cómo su contenido es relevante para el desarrollo del plan de estudios. • Competencias: se enumeran y describen las competencias y/o resultados de aprendizaje desarrollados en el título. • Contenidos: se detalla por temas el contenido desarrollado en la asignatura. • Metodología: se describen las actividades formativas de la asignatura especificando las horas de dedicación indicadas en la memoria para cada actividad formativa, así como su presencialidad. <p>Además, se incluye la distribución temporal prevista para la asignatura.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bibliografía: se detalla la bibliografía básica, considerada imprescindible para el estudio de la asignatura, así como, en su caso, la bibliografía complementaria, para ayudar a profundizar más en los temas de mayor interés. • Evaluación y calificación: se detallan los sistemas de evaluación y sus porcentajes de evaluación, así como los requisitos específicos, en su caso, para aprobar la asignatura. • Profesorado: se presentan los datos básicos del profesor encargado de impartir la asignatura. • Orientaciones para el estudio: se dan orientaciones al estudiante de cómo organizar el estudio de la asignatura, así como diferentes consejos para un adecuado seguimiento de la asignatura. <p>8.2.2. Sistemas de información previa: información transparente y accesible</p> <p>Con carácter general, por parte de UNIR se pondrá a disposición de los potenciales estudiantes toda la información necesaria para que puedan realizar la elección de su titulación con los mayores elementos de juicio posibles. Se garantiza una información transparente y accesible sobre los requisitos de acceso específicos para el título y los procedimientos de admisión, descritos en la presente memoria, estando disponibles a través de la página web de la Universidad para todos los grupos de interés del título.</p> <p>En las condiciones de matrícula, disponibles en el apartado normativa de la página web de la universidad, se alude a los requisitos tecnológicos e informáticos precisos para seguir el curso adecuadamente, dichas condiciones son conocidas y firmadas por el estudiante al matricularse de sus estudios.</p>	



En relación a las competencias y conocimientos digitales para seguir la actividad docente programada:

Las competencias digitales que los estudiantes de UNIR precisarán tener para el manejo del campus y correcto desarrollo en la plataforma, serán conocimientos a nivel de usuario de distintos programas (esencialmente del paquete Office), así como nociones básicas sobre navegación por internet.

El estudiante que se matricula en UNIR además cuenta con un período de adecuación a la metodología virtual con apoyo del personal no docente de asistencia.

Por último, desde UNIR se ofrecerá a todos los estudiantes los programas adicionales necesarios que sean específicos para cada titulación que podrán descargar fácilmente desde su campus virtual o a través de cualquier otro enlace accesible o usarse desde las máquinas virtuales habilitadas para tal fin.

8.2.3. Procedimientos de orientación para la admisión y matriculación de estudiantes de nuevo ingreso

UNIR cuenta con una oficina de Atención al Estudiante que centraliza y contesta todas las solicitudes de información (llamadas y correos electrónicos) y un Servicio Técnico de Orientación (*Contact center*) que gestiona y soluciona todas las preguntas y posibles dudas de los futuros estudiantes referidas a:

- Descripción de la metodología de UNIR. Para ello, los alumnos tendrán acceso a una demo donde se explica paso por paso.
- Niveles de dificultad y horas de estudio estimadas para poder llevar a cabo un itinerario formativo ajustado a las posibilidades reales del estudiante para poder planificar adecuadamente su matrícula.
- Descripción de los estudios.
- Convalidaciones de las antiguas titulaciones.
- Preguntas sobre el Espacio Europeo de Educación Superior.

Finalmente, el personal de gestión y administración (PGA) a través del el Servicio de Admisiones proporcionará al estudiante todo el apoyo administrativo necesario para realizar de manera óptima todo el proceso de admisión y matriculación por medio de atención telefónica, por correo electrónico, con información guiada en la web para la realización de la matrícula *online*.

8.3 ANEXOS

Ver Apartado 8: Anexo 1.

PERSONAS ASOCIADAS A LA SOLICITUD

RESPONSABLE DEL TÍTULO			
CARGO	NOMBRE	PRIMER APELLIDO	SEGUNDO APELLIDO
Vicedecana de Desarrollo y Organización Académica de la Facultad	Eva	Asensio	del Arco
DOMICILIO	CÓDIGO POSTAL	PROVINCIA	MUNICIPIO
Avenida de la Paz, 137	26006	La Rioja	Logroño
EMAIL	FAX		
virginia.montiel@unir.net	902877037		
REPRESENTANTE LEGAL			
CARGO	NOMBRE	PRIMER APELLIDO	SEGUNDO APELLIDO
Secretario General de la Universidad	Juan Pablo	Guzmán	Palomino
DOMICILIO	CÓDIGO POSTAL	PROVINCIA	MUNICIPIO
Avenida de la Paz, 137	26006	La Rioja	Logroño
EMAIL	FAX		
virginia.montiel@unir.net	902877037		
El Rector de la Universidad no es el Representante Legal			
Ver Personas asociadas a la solicitud: Anexo 1.			
SOLICITANTE			
El responsable del título no es el solicitante			
CARGO	NOMBRE	PRIMER APELLIDO	SEGUNDO APELLIDO
Responsable de programas ANECA	Virginia	Montiel	Martín
DOMICILIO	CÓDIGO POSTAL	PROVINCIA	MUNICIPIO
Avenida de la Paz, 137	26006	La Rioja	Logroño
EMAIL	FAX		



virginia.montiel@unir.net

902877037

INFORME DEL SIGC

Informe del SIGC: Ver Apartado del SIGC: Anexo 1.



Apartado 1: Anexo 6

Nombre :1.10_completo_alegaciones_MU_CyMP.pdf

HASH SHA1 :900D1060C2B26F05D73AEFF3CA6A13A6F291E242

Código CSV :828465468239774324356916

Ver Fichero: 1.10_completo_alegaciones_MU_CyMP.pdf



Apartado 4: Anexo 1

Nombre :4.1_Estructura básica de las enseñanzas.pdf

HASH SHA1 :59B020A641923746631666D451871F375F5CADCE

Código CSV :828465948615076467090982

Ver Fichero: 4.1_Estructura básica de las enseñanzas.pdf



Apartado 5: Anexo 1

Nombre :5.1_Profesorado_CyMP.pdf

HASH SHA1 :E3E6BF2BA0AE7AD36BDAB41A609E7A77BCDA2DBA

Código CSV :79009972525026128204511

Ver Fichero: 5.1_Profesorado_CyMP.pdf



Apartado 5: Anexo 2

Nombre :5.2_Otros RRHH.pdf

HASH SHA1 :A5BF254509A457BD43DA7CBA576988C48D11A067

Código CSV :790056746700122163666228

Ver Fichero: 5.2_Otros RRHH.pdf



Apartado 6: Anexo 1

Nombre :6_Recursos materiales y servicios.pdf

HASH SHA1 :22630D0E99D10DC5F32E6AE9FB1726EB3DFBACBF

Código CSV :790056546105979619225716

Ver Fichero: 6_Recursos materiales y servicios.pdf



Apartado 7: Anexo 1

Nombre :7_Cronograma implantación.pdf

HASH SHA1 :D6D8383BAFAF5C93920A126E15B326F1FF5B43AD

Código CSV :790056508012914690473309

Ver Fichero: 7_Cronograma implantación.pdf



Apartado 8: Anexo 1

Nombre :8.3_Anexo.pdf

HASH SHA1 :AEE65BE77E3DC5F2BAF397A32D907403CBE65C0D

Código CSV :790056255335741094376045

Ver Fichero: 8.3_Anexo.pdf



Apartado Personas asociadas a la solicitud: Anexo 1

Nombre :Delegacion_Representante_Legal_PABLO_GUZMAN_18052016.pdf

HASH SHA1 :6ACBE0945DCD61684A19ACAE7CC28590B923A90

Código CSV :216511709117736390791624

Ver Fichero: Delegacion_Representante_Legal_PABLO_GUZMAN_18052016.pdf



Apartado Informe del SIGC: Anexo 1

Nombre :Informe_SGIC_20240419_MU_CyMP_sfd.pdf

HASH SHA1 :5CAA5648333BACC12ED1C9D96F81FCD4C5FFB83F

Código CSV :790055751540731006318951

Ver Fichero: Informe_SGIC_20240419_MU_CyMP_sfd.pdf



