



**VNiVERSiDAD
D SALAMANCA**



MEMORIA DEL PROYECTO DE INNOVACIÓN DOCENTE (PID) 2024/2025

TÍTULO:

Aplicación de metodología Role-Play en comunicación política: desarrollo de habilidades y competencias de trabajo en un gabinete de comunicación política mediante juego de roles.

Coordinadora del proyecto:

Patricia Sánchez Holgado

Asignaturas en las que se ha desarrollado:

COMUNICACIÓN POLÍTICA.

Perteneciente a los grados de:

GRADO EN CIENCIA POLÍTICA Y ADMINISTRACIÓN PÚBLICA (Curso tercero / cuarto)

GRADO EN COMUNICACIÓN Y CREACIÓN AUDIOVISUAL (Curso tercero / cuarto)

Junio de 2025

OBJETIVOS DEL PROYECTO

La asignatura de comunicación política tiene un fuerte componente teórico que se debe plasmar en actividades prácticas que ayuden no solo a conocer y comprender los conceptos básicos y las teorías de análisis, sino a conocer el funcionamiento real de la comunicación dentro de las instituciones políticas en el marco de las democracias contemporáneas. Los objetivos que se planteaba este proyecto eran los siguientes:

Objetivo general del proyecto:

Adquirir las habilidades y competencias necesarias para desarrollar una completa estrategia de comunicación política mediante la metodología de juego de roles.

Objetivos específicos para el alumnado:

- Ser capaz de realizar un análisis pormenorizado del contexto electoral en una sociedad, detectando amenazas y oportunidades para la comunicación.
- Comprender la dinámica de las campañas electorales: cómo se planifican y ejecutan.
- Planificar acciones específicas de una campaña electoral con objetivos, tiempos y presupuesto.
- Desarrollar habilidades de comunicación política enfocada a discursos, debates y manejo de medios de comunicación.
- Promover el trabajo en equipo: Colaborar en la creación y ejecución de una campaña política.
- Fomentar el pensamiento crítico: Analizar y responder a estrategias de comunicación de los oponentes, siendo capaz de establecer estrategias de respuesta.

DESCRIPCIÓN DEL DESARROLLO DEL PROYECTO

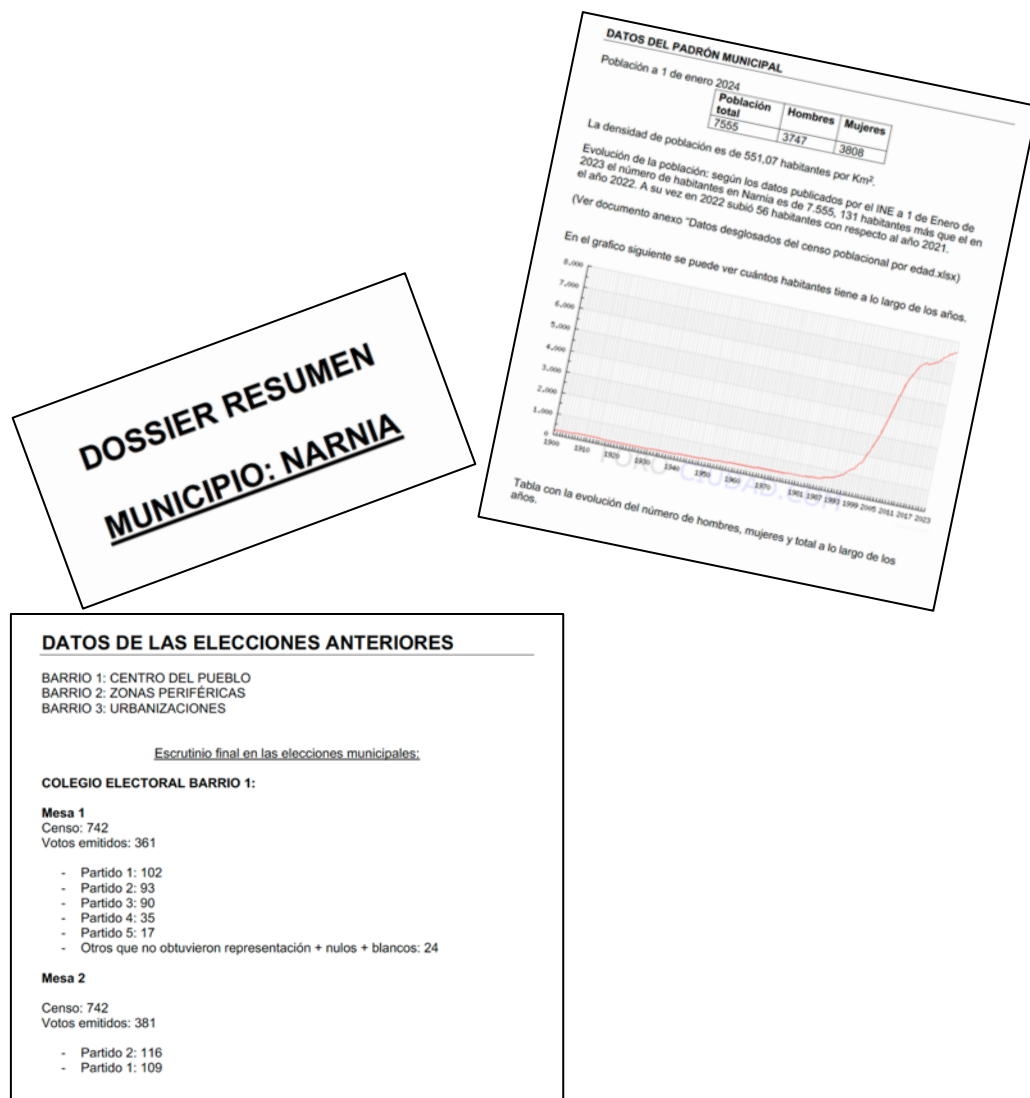
Lo que se pretendía aplicar era la técnica del juego de roles como trabajo en grupo para que todo el alumnado participara en las actividades prácticas de manera más inmersiva y conectando las prácticas entre sí.

El plan de trabajo se ha seguido consiste en dividir a los estudiantes en grupos de 4 a 6 personas, que representarán a un partido político, de diferentes ideologías, y con un candidato/a para las elecciones municipales. Cada grupo deberá desarrollar y ejecutar una campaña electoral, utilizando diversas estrategias de comunicación política.

Al inicio del módulo práctico el docente entregó un dossier informativo con la situación de partida de un municipio ficticio en el que se van a celebrar unas

elecciones municipales. Este dossier incluye datos acerca de su población, entorno, servicios, economía, empresas, educación, sanidad etc., todo lo necesario para analizar el contexto e iniciar la primera práctica con un análisis de situación (ver Figura 1).

Figura 1. Muestra del dossier informativo inicial.



Fuente: elaboración propia.

Los roles que han desempeñado los alumnos eran los siguientes (aunque se podían personalizar):

- Candidato/a: Persona principal del grupo que será el rostro de la campaña.
- Jefe de Campaña: Encargado de la planificación general y coordinación del equipo.

- Asesor de Comunicación: Responsable de los discursos, debates y relaciones con los medios.
- Asesor de Medios Digitales: Manejo de redes sociales y publicidad digital.
- Responsable de Investigación: Análisis de datos y encuestas, creación de mensajes basados en estos datos.

Cada persona tiene un rol, pero deben trabajar constantemente en equipo para cada una de las acciones previstas.

A partir de que se forman los grupos de trabajo, se inicia el proyecto por fases prácticas, siguiendo en todo caso el documento base del desarrollo de una estrategia de comunicación política (Figura 2), que serán los pasos a seguir y que se deberá presentar en su conjunto y revisar al finalizar todas las acciones prácticas. Cada una de las prácticas tiene una evaluación propia sobre 10 puntos, se hace una media entre ellas para el módulo completo, el conjunto de las prácticas supone un 60% de la nota en la guía docente.

Figura 2. Ejemplo del documento base de estrategia de comunicación

INDICE	
PRIMERA FASE. INVESTIGACIÓN Y DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO	
Situación de partida y contexto	
Mapa político	
Partido y Programa electoral	
Candidato/a	
SEGUNDA FASE. ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN	
Los objetivos	
El público / Target	
El mensaje	
Tu historia	
Canales / Plan de Medios	
Formatos (planificación técnica de las <u>necesidades</u> <u>opcional</u>)	
TERCERA FASE. PLAN DE ACCIÓN	
Una semana de acción en campaña electoral.	
Objetivos, público, mensaje, medio, formato	
CUARTA FASE. SEGUIMIENTO	
QUINTA FASE. ANÁLISIS	

Fuente: elaboración propia.

FASES DEL PROYECTO Y ACTIVIDADES PRÁCTICAS

Fase 1. INVESTIGACIÓN Y PLANIFICACIÓN

PRÁCTICA 1: Elaborar un diagnóstico de situación.

Análisis de la situación de partida y el contexto en el que nos encontramos. Se realiza un análisis siguiendo el modelo PESTEL y respondiendo fundamentalmente a estos puntos:

- Identificar los principales problemas o necesidades de cada bloque.
- Formularlos y definirlos claramente.
- Anotar las posibles causas y los posibles efectos que tienen.
- Establecerlos como posible oportunidad o amenaza.
- El resultado será una lista de indicadores a abordar en una futura campaña electoral.
- Se presenta en el aula con 5 minutos por grupo para posteriormente hacer un debate y puesta en común de 30 minutos.

En la figura 3 se muestran ejemplos de las prácticas aportadas.

Figura 3. Muestra de prácticas 1

A continuación se muestra una tabla con el análisis PESTEL de la situación de partida y el contexto, los principales problemas o necesidades de cada bloque, su formulación y definición, las posibles causas y efectos, y su consideración como oportunidad o amenaza:

FACTOR	PROBLEMA/NECESIDAD	FORMULACIÓN Y DEFINICIÓN	CAUSAS	EFFECTOS	OPORTUNIDAD/AMENAZA
POLÍTICOS	Inestabilidad política	La situación política es inestable y puede afectar a la toma de decisiones y a la implementación de políticas públicas.	Falta de acuerdo entre los partidos políticos, polarización social, corrupción.	Dificultad para aprobar leyes y presupuestos, retraso en la ejecución de proyectos, desconfianza de los inversores.	Amenaza
	Informalidad	La economía informal representa un alto porcentaje del PIB y dificulta la recaudación de impuestos y la protección de los derechos laborales.	Falta de oportunidades de empleo formal, bajos salarios, trámites burocráticos complejos.	Menor recaudación de impuestos, competencia desleal, desprotección de los trabajadores.	Amenaza

HERRAMIENTA PESTEL					
CRITERIO	SIM	DESCRIPCIÓN	Oportunidad Marcar con una "x"	Amenaza Marcar con una "x"	
P POLÍTICO	P1	Estabilidad política			
	P2	Política fiscal			
	P3	Seguridad jurídica			
	P4	Corrupción	x		
	P5	Contrabando	x		
	P6	Informalidad	x		
	P7	Sistema del gobierno			
	P8	Defensa a la libre competencia			
	P9	Respeto por la propiedad privada			
	P10	Política de inversión del Estado	x		
	P11	Respeto por la propiedad intelectual	x		
	P12	Seguridad y orden interno	x		
	P13	Relación con otros países	x		
	P14	Respeto por los derechos humanos	x		
	P15	Relaciones con organismos internacionales	x		
E ECONÓMICO	E1	PBI nacional	x		
	E2	PBI per cápita	x		
	E3	Tasa de interés	x		
	E4	Tasa de inflación	x		
	E5	Costo de mano de obra	x		
	E6	Costo de materia prima	x		
	E7	Nivel de informalidad	x		
	E8	Nivel de aranceles	x		
	E9	Riesgo país	x		
	E10	Riesgo sector	x		
	E11	Acuerdos de integración económica	x		
	E12	Sistema económico	x		
	E13	Acceso al crédito			
	E14	Volumen de inversión extranjera	x		
	E15	Volumen de inversión privada	x		
	E16	Volumen de inversión del estado	x		
	E17	Prácticas monopólicas	x		
	E18	Déficit fiscal	x		

Diagnóstico de Problemas y Necesidades en Narnia

1. Ámbito Político

Posible Corrupción (P4)

- Definición:**
Aunque el dossier no reporta casos específicos, la corrupción se considera una amenaza inherente en la gestión pública.

2. Ámbito Económico

Vulnerabilidad del Sector Inmobiliario (E10)

- Definición:**
Se registró una disminución del 29,49% en las transacciones inmobiliarias en el 3º Trimestre de 2023, lo que indica un retroceso en este sector.
- Posibles causas:**
 - Crisis de confianza en el mercado local.
 - Cambios en la demanda de vivienda o en las condiciones de financiación.
- Posibles efectos:**
 - Menor dinamismo económico en el sector de la construcción y servicios relacionados.
 - Pérdida de inversión privada y pública en infraestructura.



PRACTICA 2. Creación de Partido político y programa electoral.

Esta práctica consiste en la creación del partido político al que el grupo va a representar, que debe incluir lo siguiente:

- Nombre del partido
- Definición y posicionamiento ideológico del partido.
- Logotipo
- Establecer cuáles van a ser los bloques y puntos clave del programa electoral (a elección de cada grupo).

Se presentará en el aula, con 10 minutos para cada grupo.

En la figura 4 se muestran ejemplos de las prácticas aportadas.

Figura 4. Muestra de prácticas 2





Nuestro programa :

ECONOMÍA Y EMPLEO: PRIORIDAD A LA AUTONOMÍA Y AL EMPENDIMIENTO LOCAL.	EDUCACIÓN Y CULTURA: TRANSMITIR NUESTROS VALORES.	TURISMO Y CULTURA: VALORAR NUESTRA HERMOSA CIUDAD.	IDENTIDAD E INMIGRACIÓN: PROTEGER NARNIA.
Implementación de un sistema de prioridad nacional para el empleo: las ofertas de trabajo deberán ser propuestas primero a los ciudadanos narnianos antes de ser abiertas a trabajadores extranjeros.	Implementación de un programa titulado: « Nuestra muy querida España », donde los alumnos de primaria tendrán cada semana una hora sobre la historia de España.	Implementación de un programa de senderismo guiado para poner en valor los paisajes magníficos de Narnia y recordar la belleza natural de nuestra ciudad.	Inmigración controlada: Refuerzo de las restricciones de instalación para los extranjeros (actualmente el 5,98 % de la población).
Fomento del comercio local: Imposición de impuestos a las grandes cadenas y promoción de los comercios de proximidad.	Uniforme obligatorio en las escuelas públicas para reforzar la identidad nacional y la disciplina.	Actualizar la Casa de Cultura: modernizar la Casa de Cultura y organizar eventos regulares para atraer gente y celebrar la ciudad	Prohibición de viviendas sociales para los nuevos arrivados: prioridad absoluta a las familias nacidas en Narnia.
Apoyo a las empresas locales: Reducción de impuestos para las PYMEs y artesanos del pueblo.	Construcción de un nuevo instituto en el centro de la ciudad.	Creación de una etiqueta "100% Narnia" para los productos locales con el fin de impulsar su consumo.	Prioridad a los habitantes nacidos en Narnia en el acceso a los empleos municipales y a las ayudas públicas.



PRÁCTICA 3. Presentación e Imagen del candidato/a

Esta práctica consiste en presentar a los futuros votantes quién será el representante del partido a modo de candidato/a. Es necesario preparar lo siguiente:

1) Presentación base de la candidatura: indicar cómo se llama el candidato/a (nombre ficticio), cuál es su biografía breve, es decir, su formación, experiencia, cuánto tiempo lleva en el partido etc.

2) Elaboración de un cuadro de análisis DAFO: fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas

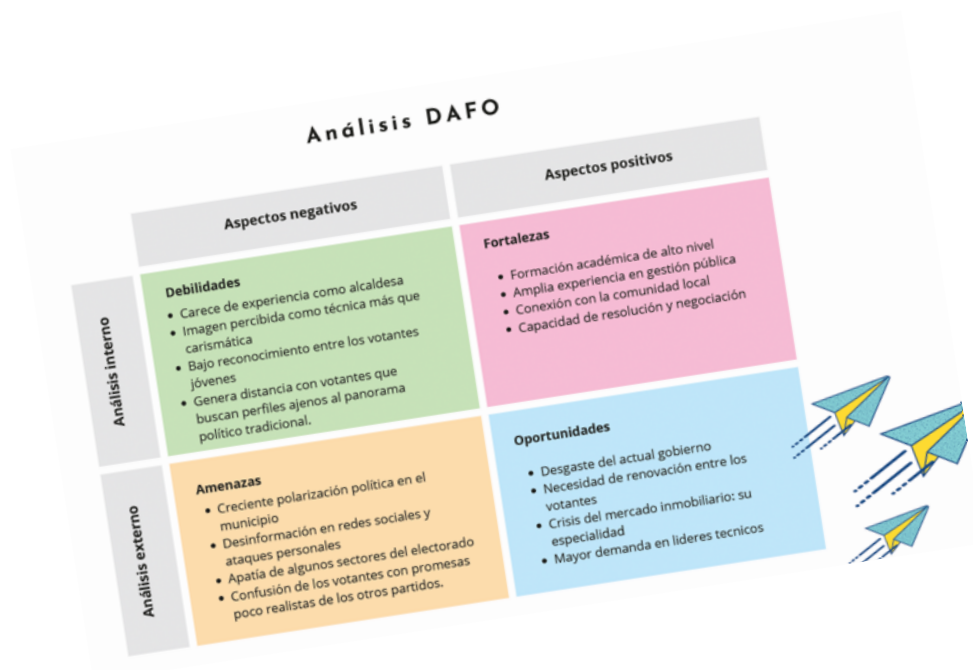
- **Fortalezas:** hablan de aquello en lo que destaca.
- **Debilidades:** aspectos que pueden mejorar para potenciar el perfil.
- **Oportunidades:** circunstancias que no se eligen, pero que actúan a favor.
- **Amenazas:** como las oportunidades, tampoco se eligen, pertenecen al entorno y circunstancias, pero estas actúan en contra.

3) Discurso breve del candidato/a de 1 minuto con uno o dos mensajes fuerza principales del programa electoral. En esta parte la persona representará su papel hablando a los futuros votantes.

Presentación en el aula en 5 minutos por grupo, más 1 minuto para el discurso de presentación.

En la figura 5 se muestran ejemplos de las prácticas aportadas.

Figura 5. Muestra de prácticas 1



Fase 2. DESARROLLAR UNA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

PRÁCTICA 4. Estrategia de Comunicación

Hay que incorporar los siguientes puntos:

Los objetivos: objetivos concretos que en muchos casos ya habéis avanzado previamente. Hay que definir el objetivo principal y los secundarios de la campaña de comunicación concreta.

El público / Target: cuál es el mapa de públicos específico al que nos interesa dirigirnos. En base al análisis que habéis realizado del contexto se definen los grupos de públicos.

El mensaje: en este punto hay que dar un mensaje claro y concreto que será la línea argumental de toda la campaña.

Historia (narrativa / storytelling): especificar cuál sería la narrativa para explotar durante la campaña.

Canales / Plan de Medios: en este punto solo hacer un esquema de los principales canales en los que tenemos previsto distribuir nuestro mensaje para que llegue a los públicos y se puedan cumplir los objetivos.

Plan de Acción para 14 días de campaña.

Presentación en el aula. El tiempo para la presentación es de 5 minutos por grupo.

En la figura 6 se muestran ejemplos de las prácticas aportadas.

Figura 6. Muestra de prácticas 1



NUESTRO MENSAJE

Un partido, una comunidad, que cree en la colaboración entre los ciudadanos y entre ellos y los funcionarios.

Una comunidad, un partido, que lucha por la igualdad, la transparencia y la justicia, y para crear un espacio donde todos tienen voz, donde las tradiciones y la cultura de Narnia son abrazadas, fomentadas y honradas.

Un partido, una comunidad que mira hacia un futuro progresista e inclusivo que se construye juntos.

CADA ACCIÓN MOLDEA NUESTRO FUTURO



CANALES Y PLAN DE MEDIOS

CANALES / PLAN DE MEDIOS

1. Medios digitales (Redes sociales y página web)

- Facebook, Twitter, Instagram, TikTok y YouTube: Publicaciones diarias con videos..
- Web oficial con programa, blog y portal de transparencia.

2. Medios tradicionales (Prensa, radio y TV local)

- Entrevistas en medios locales.
- Artículos de opinión en periódicos locales.

3. Campaña en territorio

- Actos públicos en barrios clave.
- Pegada de carteles y reparto de folletos.

4. WhatsApp y Telegram

- Difusión de mensajes y videos en grupos de difusión.

5. Colaboración con asociaciones vecinales y colectivos sociales

- Eventos conjuntos para movilizar a los votantes.



PLAN DE ACCIÓN

TERCERA FASE

DÍA 5: VIERNES 16 DE MAYO DE 2025

H	ACCIÓN	OBJETIVO	PÚBLICO	MEDIO	MENSAJE	FORMATO
10:00	Entrevista en la radio con participación del público en vivo.	Ampliar el alcance del mensaje y responder inquietudes en tiempo real.	Público general, jóvenes, trabajadores, empresarios.	Radio local + retransmisión en redes sociales.	"¡Hoy en la radio local de Narnia! Hablamos sobre todo lo que Unión de Centro quiere ofrecer a Narnia".	Entrevista con preguntas abiertas de los oyentes.
18:00	Celebración-fiesta fin de campaña.	Recrear un encuentro más informal y cercano.	Toda la población de Narnia que quiera acercarse.	Publicación en redes sociales y anuncios en la radio local.	"Gran fiesta de cierre de campaña en la Plaza Real este viernes a las 6 PM. ¡Te esperamos con música, comida y muchas sorpresas!"	Afiche digital y pancarta.

JUEVES (DIA 4): "ROBER RESPONDE"

Acción principal: Preguntas ciudadanas en directo.

Qué hacemos:

- Live en redes sociales con preguntas abiertas.
- Mesa en el centro del municipio para recoger propuestas ciudadanas.
- Actividades con niños y niñas en la plaza como un taller de dibujo: "Cómo imagino la Narnia del futuro"

Objetivo:

- Mostrar accesibilidad y honestidad del candidato.
- Fomentar una imagen de democracia participativa.





Instagram/TikTok → jóvenes
Formatos: reels, minivideos tipo "Un día en el Barrio 1", stories participativos, encuestas interactivas.
Tono: auténtico, dinámico, cercano, visual.
Contenidos: detrás de cámaras de la campaña, concejales en el barrio, testimonios de jóvenes, comparativas antes/después.



Facebook → adultos de 35 a 60 años
Publicaciones con imágenes de acciones concretas, textos explicativos, testimonios vecinales.



YouTube → todo tipo de edad
Entrevistas largas del candidato, reportajes de terreno con el candidato.



TIKTOK





Fase 3. DESARROLLO DE CAMPAÑA

PRÁCTICA 5. Notas de prensa

Redacción de notas de prensa puntuales.



NOTA DE PRENSA

Corrupción en el Gobierno de Narnia: “Frente Patriótico” bajo sospecha de malversación de fondos públicos

Se abre un proceso judicial ante la posible existencia de algunos tipos de incidencia en los informes económicos del ayuntamiento, debido a varias irregularidades encontradas en las semanas pasadas.

Desde “Narnia Primero” exigimos una exhausta investigación y una respuesta a la población, que garantice la transparencia y veracidad de la gestión de los fondos públicos de nuestro municipio.

Narnia, 24 de abril 2025

Desde Narnia Primero presentamos nuestra profunda preocupación ante las graves acusaciones que recaen sobre el actual equipo de gobierno liderado por Charles Willem.

Las recientes auditorías internas y revisiones de los informes económicos han revelado incidencias en la gestión de fondos públicos del municipio de Narnia. Pagos sin justificar, contratos adjudicados sin los debidos procesos y partidas presupuestarias sin respaldo documental.

NOTA DE PRENSA

El ayuntamiento de Narnia rechaza acusaciones falsas

El Ayuntamiento de Narnia desmiente categóricamente las acusaciones de corrupción difundidas recientemente. La administración municipal reafirma su compromiso con la transparencia y denuncia una campaña de desprestigio orquestada con fines políticos.

Narnia, 24 de Abril de 2025

Ante la creciente difusión de acusaciones sobre supuestas irregularidades en la gestión municipal, el Ayuntamiento de Narnia quiere enviar un mensaje de tranquilidad y firmeza a la ciudadanía: no existe ninguna prueba concluyente que sustente los rumores de corrupción. Las finanzas públicas han sido gestionadas con total transparencia, y todos los contratos se han adjudicado conforme a los procedimientos establecidos por ley.

NOTA DE PRENSA

Vecinos furiosos por las acciones del ayuntamiento

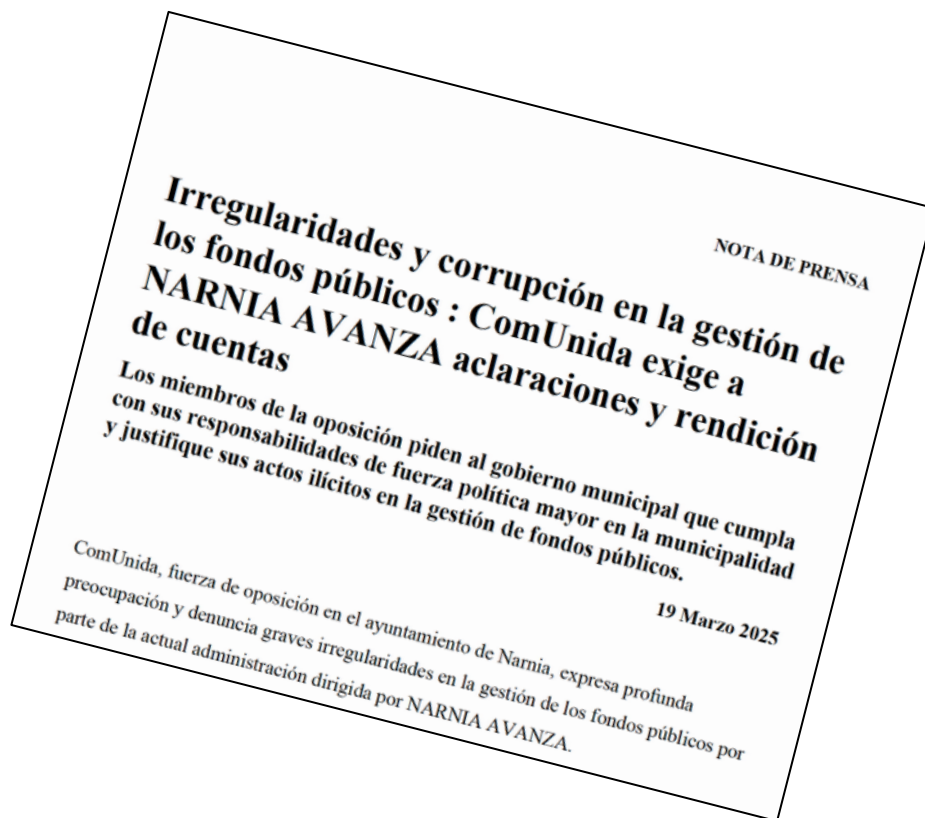
El ayuntamiento contra su pueblo.

Entradilla

Los vecinos de Narnia dolidos e indignados exigen al ayuntamiento una respuesta ante las acusaciones de malversación de los fondos públicos del pueblo

24/04/2025

Durante las últimas semanas, tras la revelación de presunta malversación de fondos públicos por parte del partido en el gobierno, *Frente Patriótico*, la indignación ciudadana no ha dejado de crecer. Los vecinos exigen saber con claridad dónde ha ido a parar el dinero que debería haberse invertido en servicios esenciales para la comunidad.



PRÁCTICA 7. Comunicación de crisis

Por último, cada grupo aprenderá a reaccionar ante posibles imprevistos, por lo que por sorpresa y al azar se les planteará una incidencia de campaña distinta para cada uno. Los grupos deberán establecer cuál es el plan de comunicación de crisis ante la incidencia y presentarlo en el aula.

En la figura 7 se muestran ejemplos de las prácticas aportadas.

Figura 7. Muestra de prácticas 1

PLAN DE CRISIS

01

PROPUESTA DE PLAN DE REPARACIÓN

Fondo de emergencia para las comunidades afectadas
Auditoría ambiental independiente con participación ciudadana
Propuesta de ley sobre "responsabilidad ecológica empresarial"

02

NARRATIVA DE FUTURO

Mensaje: Esta crisis no es solo una herida ambiental, es una fractura de confianza. Nuestra obligación es repararla con verdad, justicia y prevención."

03

EVALUACIÓN INTERNA

Informe de seguimiento del caso
Transparentar cualquier contacto de los responsables si lo hay.
Mostrar que nuestro partido aplica los principios que exige.

RESPUESTA INSTITUCIONAL

COMUNICADO

Buenas tardes a todos los ciudadanos y ciudadanas de Narnia,
Desde el partido de "Unión de Centro (UC)", lamentamos profundamente los destrozos que esta catástrofe está produciendo. En este comunicado queremos dar voz a la gravedad del desastre sin ambigüedades y exigimos transparencia al gobierno y a la empresa estatal sobre lo sucedido.
Además queremos expresar nuestra solidaridad a las diferentes comunidades afectadas y hacerles saber que "Unión de Centro" está con ustedes para todo lo que necesiten y que por nuestra parte, este suceso no quedará en vano.
Mucha fuerza.

EVALUACIÓN DE LA GESTIÓN DE LA RESPONSABILIDAD INSTITUCIONAL Y REPARACIÓN DEL DAÑO

01

MEDIDAS POLÍTICAS EXIGIDAS PÚBLICAMENTE

Apertura de una comisión
independiente de investigación

Suspensión de contratos hasta
esclarecer las responsabilidades

Declaración de emergencia ambiental

02

ALIANZAS ESTRATÉGICAS

Contactar con ONGs y
ecologistas

Impulsar foros de diálogo con
expertos

03

GESTIÓN MEDIÁTICA PROACTIVA

Portavoz capaz de responder con
claridad

Emitir videos con frecuencia
explicando los avances y propuestas

Al finalizar, cada grupo realiza una presentación repasando su trabajo de roles realizado en detalle a lo largo de toda la asignatura y se reflexiona en conjunto para discutir las experiencias, los aprendizajes y analizar las estrategias empleadas.

TEMPORALIZACIÓN

El proyecto se ha desarrollado en el segundo cuatrimestre del curso 2024-2025, entre febrero y junio de 2025, 14 semanas.

SEMANAS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Práctica 1 - Diagnóstico de situación: entrega de documento y debate conjunto de los grupos sobre la situación de partida.														
Práctica 2 - Creación de partido y programa: entrega de documento y presentación por grupos en el aula.														
Práctica 3 - Imagen del candidato: entrega de documento y presentación en el aula del candidato/a de cada grupo y su DAFO. (5 mins)														
Práctica 4 - Estrategia de campaña: entrega de documento y presentación por grupos en el aula (5 mins max).														
Práctica 5 - Plan de Acción de la campaña electoral (14 días)														
Práctica 6 - Debate: representación de un debate electoral.														
Práctica 7 - Comunicación de crisis														
FINAL: Presentación del trabajo completo y el plan de campaña de comunicación política por cada grupo en el aula (15 minutos máximo por grupo).														

EVALUACIÓN DEL PROYECTO

1) Evaluación del cumplimiento de objetivos.

- Se ha desarrollado una evaluación para cada actividad que responde a los objetivos inicialmente previstos en el proyecto para los participantes. Además, será un proceso sumativo y formativo durante todo el desarrollo del proyecto. Cada actividad se evalúa de manera individual en el alumnado y se ha incorporado el instrumento (rúbrica) de evaluación en la descripción de cada actividad.

Cada estudiante recibirá retroalimentación detallada sobre sus fortalezas y áreas de mejora en cada criterio y en cada prueba en particular.

2) Evaluación de la calidad del proyecto y los aspectos de mejora.

En cuanto a la evaluación del propio proyecto, se plantean los siguientes instrumentos: se desarrollará una encuesta de satisfacción para todos los participantes, que se dividirá en un cuestionario individual para cada acción práctica y uno final para todo el programa.

De esta manera podremos evaluar las actividades que han tenido una mejor acogida por los participantes o que han funcionado mejor para los grupos. Ello permitirá valorar cuales son los aspectos de mejora de cara a la continuidad del proyecto, para aplicarlos en años sucesivos.

El cuestionario final de la evaluación de calidad es el siguiente:

SEMINARIOS ESPECIALIZADOS

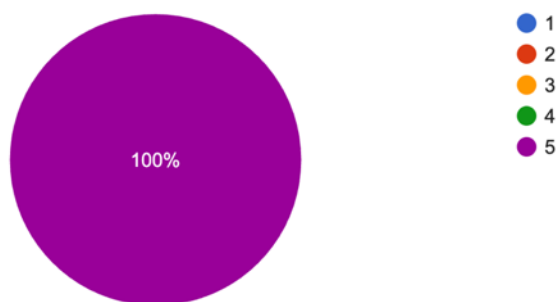
Se ha desarrollado seminario especializado con el profesor Martín Oller, sobre discursos de odio en comunicación política.

ENCUESTA DE SATISFACCIÓN CON EL MÓDULO PRÁCTICO

El número de actividades prácticas es adecuado para el aprendizaje gradual.

El número de actividades prácticas es adecuado para el aprendizaje gradual.

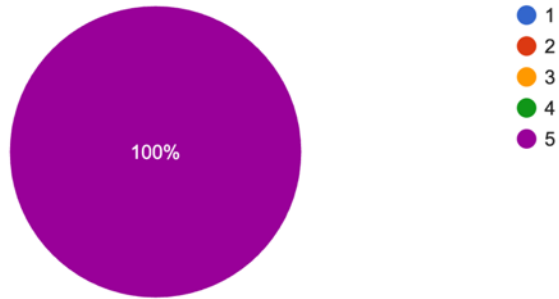
3 respuestas



Las actividades prácticas permiten aprender mejor los contenidos más importantes de la asignatura.

Las actividades prácticas permiten aprender mejor los contenidos más importantes de la asignatura.

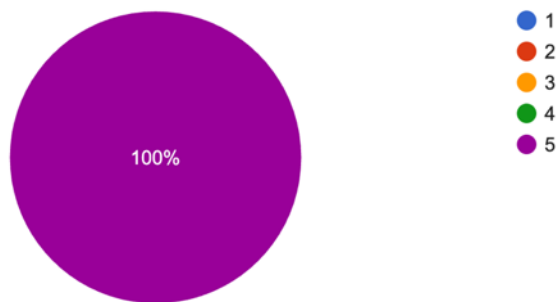
3 respuestas



La carga de trabajo de las actividades prácticas es apropiada.

La carga de trabajo de las actividades prácticas es apropiada.

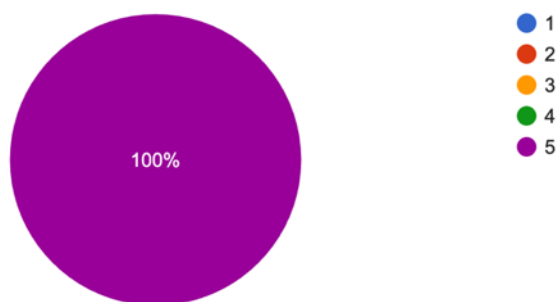
3 respuestas



El material utilizado en las prácticas es variado y resulta interesante para el aprendizaje.

El material utilizado en las prácticas es variado y resulta interesante para el aprendizaje.

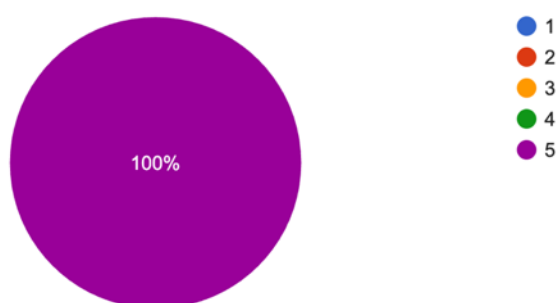
3 respuestas



En general, considero que están bien organizadas las actividades prácticas.

En general, considero que están bien organizadas las actividades prácticas.

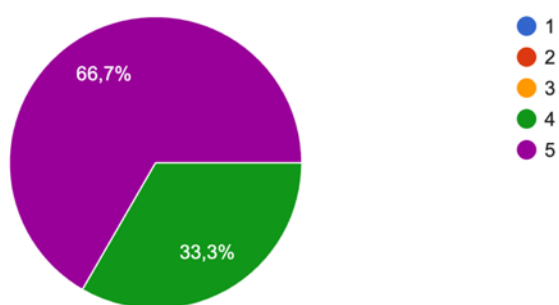
3 respuestas



Existe una buena relación entre los temas teóricos tratados y las prácticas que se realizan.

Existe una buena relación entre los temas teóricos tratados y las prácticas que se realizan.

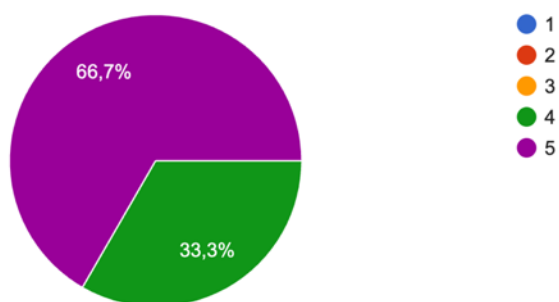
3 respuestas



Se explica con claridad la realización de las distintas actividades prácticas.

Se explica con claridad la realización de las distintas actividades prácticas.

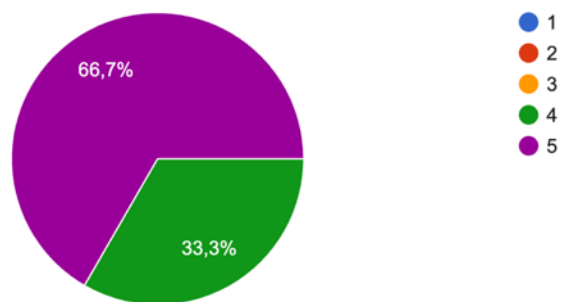
3 respuestas



El grado de dificultad de las prácticas se ajusta al nivel de los estudiantes.

El grado de dificultad de las prácticas se ajusta al nivel de los estudiantes.

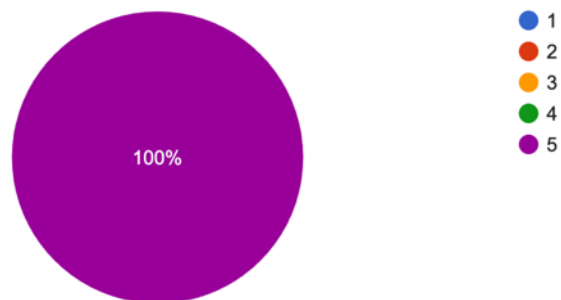
3 respuestas



La asistencia a clase cuando se realizan las prácticas ayuda a entender mejor la materia.

La asistencia a clase cuando se realizan las prácticas ayuda a entender mejor la materia.

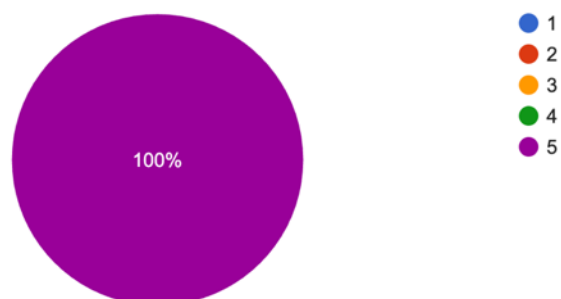
3 respuestas



Las actividades prácticas favorecen la participación de los estudiantes.

Las actividades prácticas favorecen la participación de los estudiantes.

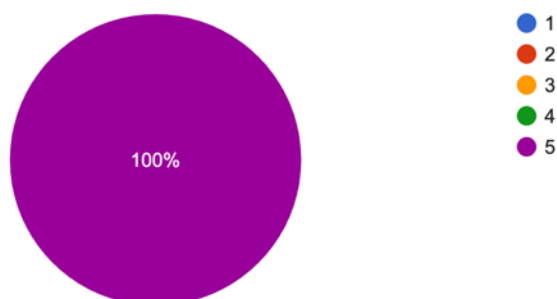
3 respuestas



Las prácticas fomentan la relación y el aprendizaje mutuo entre los compañeros.

Las prácticas fomentan la relación y el aprendizaje mutuo entre los compañeros.

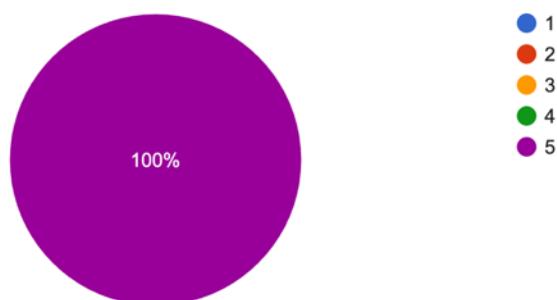
3 respuestas



En las prácticas de la asignatura se permite conocer las aportaciones que hacen los distintos compañeros y equipos de trabajo a las actividades encomendadas.

En las prácticas de la asignatura se permite conocer las aportaciones que hacen los distintos compañeros y equipos de trabajo a las actividades encomendadas.

3 respuestas



A continuación, te dejamos unas preguntas de reflexión voluntaria, por si quieres aportar algo para futuras formaciones:

¿Cuál o cuáles son las prácticas que te han resultado más enriquecedoras desde el punto de vista del aprendizaje?

1 respuesta

Hacer un programa electoral con total libertad de decisión en cuanto a la cuestiones que más nos llaman la atención. Elegir los problemas de nuestro “municipio imaginario” y pensar cómo lo solucionaríamos nosotros.

¿Hay algo que te hubiera gustado ver más a fondo y que no se ha abordado en el curso?

2 respuestas

Creo que ya que estamos en CAV molaría centrarse más en el diseño de propaganda, discursos, entender las ruedas de prensa, preparar entrevistas... Aun así he disfrutado mucho de la asignatura, es interesante, dinámica y aplicable a la vida real gracias tanto a la profesora Patricia como a las practicas realizadas.

Este curso me ha gustado mucho y he aprendido lo importante que es la comunicación política y la planificación que conlleva. Además, las prácticas me han parecido muy divertidas y realmente he disfrutado aprendiendo que es algo que no suele ocurrir en otras asignaturas. Así que no cambiaría nada.