23-24

MÁSTER UNIVERSITARIO EN COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL DE SERVICIO PÚBLICO

GUÍA DE ESTUDIO PÚBLICA

LAS INSTITUCIONES DE SERVICIO PÚBLICO

CÓDIGO 24411051

UNED

23-24

LAS INSTITUCIONES DE SERVICIO PÚBLICO

CÓDIGO 24411051

ÍNDICE

PRESENTACIÓN Y CONTEXTUALIZACIÓN

REQUISITOS Y/O RECOMENDACIONES PARA CURSAR ESTA ASIGNATURA

EQUIPO DOCENTE

HORARIO DE ATENCIÓN AL ESTUDIANTE

COMPETENCIAS QUE ADQUIERE EL ESTUDIANTE

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

CONTENIDOS

METODOLOGÍA

SISTEMA DE EVALUACIÓN

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

RECURSOS DE APOYO Y WEBGRAFÍA

Nombre de la asignatura	LAS INSTITUCIONES DE SERVICIO PÚBLICO
Código	24411051
Curso académico	2023/2024
Título en que se imparte	MÁSTER UNIVERSITARIO EN COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL DE SERVICIO PÚBLICO
Tipo	CONTENIDOS
Nº ETCS	5
Horas	125.0
Periodo	SEMESTRE 2
Idiomas en que se imparte	CASTELLANO

PRESENTACIÓN Y CONTEXTUALIZACIÓN

La asignatura tiene como objetivo la obtención por parte del alumno de una visión general sobre el contexto sociopolítico en el que se encuadra la acción de instituciones de servicio público y conozca las políticas de comunicación, cultura y educación en el contexto de la sociedad de la información. Se promueve la reflexión sobre el papel que ocupa la comunicación en las instituciones de servicio público y el conocimiento de los ámbitos de comunicativos de las principales instituciones de servicio público, entendidas estas en sentido amplio, desde las instituciones administrativas y políticas hasta las que se conocen como Tercer Sector). Igualmente, se analizarán los modos en que las instituciones ofrecen información sobre sus propias actividades y cómo diseñan sus planes de comunicación.
La asignatura consta de 4 créditos ECTS, es de carácter cuatrimestral y se imparte en el segundo cuatrimestre del curso.
Las instituciones públicas y privadas generan políticas de comunicación, cultura y educación que deberían ser consideradas estratégicas en el actual contexto social. Todo proyecto de comunicación debe partir de un análisis de las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades que forman parte del contexto comunicativo cada vez más complejo y necesitado de miradas holísticas. En la era de la información en la que estamos inmersos, las organizaciones se ven instadas a abrir canales expresivos por los que argumentar ante la ciudadanía sus actividades y su razón de ser. Esto es especialmente exigible para aquellas instituciones que, por ser representación de la ciudadanía o por depender su actividad de fondos públicos, están obligadas a dar cuenta de su labor.
Pero más allá de concebir este contacto con la ciudadanía como una obligación, conviene concebirlo como una oportunidad de generar conocimiento útil, poniendo al servicio del individuo información clave en ámbitos muy diversos, desde la regeneración del tejido social hasta el acceso a servicios y oportunidades que las administraciones ponen a su alcance. Son cuestiones fundamentales en una sociedad que demanda sentirse plenamente integrada en la actividad pública, conociendo la actividad de sus instituciones y organizaciones de interés social (Tercer Sector).
La asignatura *Las instituciones de servicio público* se inscribe en el módulo profesional IV. Junto a la de *Los contenidos de servicio público,* culmina un recorrido que permitirá al estudiante comprender en profundidad cuáles son las responsabilidades que conciernen a los poderes públicos en materia de comunicación e información.

REQUISITOS Y/O RECOMENDACIONES PARA CURSAR ESTA ASIGNATURA

Ninguno. Tan sólo se necesita un nivel de lectura y de redacción acordes a las exigencias académicas de unos estudios de posgrado.

EQUIPO DOCENTE

Nombre y Apellidos	TIBERIO FELIZ MURIAS (Coordinador de asignatura)
Correo Electrónico	tfeliz@edu.uned.es
Teléfono	91398-7697
Facultad	FACULTAD DE EDUCACIÓN
Departamento	DIDÁCTICA,ORGANIZACIÓN ESCOLAR Y DIDÁCTICAS ESPECIALES

HORARIO DE ATENCIÓN AL ESTUDIANTE

Tiberio Feliz Murias:
(+34) 91 398 76 97
Miércoles, de 16.00 a 20.00
tfeliz@edu.uned.es

COMPETENCIAS QUE ADQUIERE EL ESTUDIANTE

COMPETENCIAS BÁSICAS
CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación
CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio
CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios
CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades
CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.
COMPETENCIAS GENERALES
CG1 - Saber usar las herramientas, programas y aplicaciones informáticas específicas para la producción de documentos digitales creativos e innovadores para los medios de servicio público

CG3 - Diseñar contenidos audiovisuales utilizando lenguajes expresivos acordes a los objetivos educativos y de servicio público
CG12 - Estudiar los medios de servicio público en la producción de público
CG15 - Desarrollar un espíritu crítico sobre cómo analizar la realidad social
CG16 - Capacidad para identificar y evaluar estrategias de comunicación institucionales y ciudadanas

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

CE10 - Interpretar los usos correctos del lenguaje en los medios de comunicación de servicio público
CE12 - Conocer los diferentes modelos de comunicación institucional de servicio público
CE27 - Identificar y analizar críticamente los modelos de comunicación ciudadana (Tercer Sector) surgidos en el ecosistema informativo del siglo XXI
CE42 - Diseñar estrategias de comunicación basadas en los modelos de participación ciudadana

COMPETENCIAS TRANSVERSALES

CT1 - Localizar, seleccionar, manejar y sintetizar información bibliográfica y webgráfica
CT2 - Manejarse en la plataforma virtual del máster participando activamente en la construcción de su conocimiento
CT3 - Trabajar en grupo, debatir en foros, realizar aulas virtuales y construir documentos colaborativos en wikis, entre otras actividades de aprendizaje
CT4 - Aplicar los principios éticos y deontológicos a la comunicación audiovisual de servicio público, incluyendo perspectivas de igualdad de género y atención a la discapacidad.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1. Conocer el contexto previo de algunas utopías planetarias que condicionan la acción de las instituciones públicas y privadas
2. Analizar el impacto de las nuevas tecnologías de la información en las políticas de comunicación institucional de servicio público
3. Analizar el ecosistema informativo surgido tras la proliferación de tecnologías de la información accesibles al ciudadano
4. Identificar y desarrollar diferentes modalidades y ámbitos de aplicación de información ciudadana y del Tercer Sector de la Comunicación
5. Comprender en profundidad las responsabilidades competen a los poderes públicos.en materia de comunicación.
6. Valorar la importancia de políticas institucionales que encuentre en la transparencia informativa la oportunidad de potenciar las capacidades de sus ciudadanos y de regenerar tejido social.

CONTENIDOS

1. Comunicación e información institucional:

1.1 Contexto histórico. Cosmópolis, Tecnópolis, Sociedad Red y otras utopías.
1.2 Las Políticas de Comunicación desde los ámbitos de la cultura y la educación.
1.3 Las políticas de Comunicación para la solidaridad.

2. El diseño de la comunicación en las instituciones de servicio público

2.1 El plan de Comunicación.
2.2 Diagnóstico de debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades.
2.3 Estudio de caso.

3. Medios de comunicación y ciudadanía

3.1. Tecnologías de la información al servicio del ciudadano.
3.2. Movimientos sociales y comunicación. El Tercer Sector de la Comunicación.
3.3. Periodismo social.

METODOLOGÍA

Para cada uno de los temas propuestos el alumno realizará una serie de lecturas (documentación escrita) y visionados (contenidos audiovisuales) críticos y comprensivos, que se propondrá en cada caso, valorando la reflexión personal y la capacidad creativa del estudiante en las aportaciones que desarrolle como parte de su evaluación continua, con la realización de las pruebas de evaluación y participación en los foros.
La metodología docente es la propia de la UNED. Se utilizarán herramientas participativas como los foros de discusión. Los estudiantes asimilarán unos contenidos teóricos básicos que serán contrastados con los resultados de sus propias reflexiones y aportaciones teórico-prácticas. Dentro de la plataforma *Alf* se preparará un documento con el plan de trabajo detallado y el cronograma de la asignatura.

SISTEMA DE EVALUACIÓN

TIPO DE PRUEBA PRESENCIAL

Tipo de examen — No hay prueba presencial

CARACTERÍSTICAS DE LA PRUEBA PRESENCIAL Y/O LOS TRABAJOS

Requiere Presencialidad — No

Descripción

No se realiza examen presencial

Criterios de evaluación

Ponderación de la prueba presencial y/o los trabajos en la nota final

Fecha aproximada de entrega

Comentarios y observaciones

PRUEBAS DE EVALUACIÓN CONTINUA (PEC)

¿Hay PEC? Si,PEC no presencial

Descripción

Prueba de Evaluación Continua (obligatoria)

Descripción: 10 preguntas test o breves. Puede tener más de una respuesta verdadera.

Fecha: 22 y 23 de abril de 2022

Horario: de 00:00 a 23:45

Duración: 45 minutos

Criterios de evaluación

Valor de cada acierto: 1 punto; descuento por fallo: 0,5; no contestadas no descuentan.

Aprobado: 5.

Ponderación de la PEC en la nota final 20%

Fecha aproximada de entrega 22 y 23/04/2022

Comentarios y observaciones

Se repite el 12/09/2022

OTRAS ACTIVIDADES EVALUABLES

¿Hay otra/s actividad/es evaluable/s? Si,no presencial

Descripción

BLOQUE 1. Comunicación e información institucional:

Análisis de lecturas del Bloque temático 1.

Entrega: 15 de marzo.

BLOQUE 2: El diseño de la comunicación en las instituciones de servicio público:

Análisis de lecturas del Bloque temático 2.

Entrega: 15 de abril.

BLOQUE 3: Medios de comunicación y ciudadanía:

Análisis de lecturas del Bloque temático 3.

Entrega: 15 de mayo.

Trabajo final

Realización de un Plan de Comunicación Estratégica.

Entrega: 31 de mayo.

Criterios de evaluación

Análisis de lecturas de cada bloque temático:
Capacidad argumentativa.
Relaciones establecidas con otras lecturs y conocimientos.
Trabajo final. 50%:
Calidad técnica.
Verosimilitud del análisis.
Plausibilidad de la propuesta.
Originalidad de las estrategias.

Ponderación en la nota final	Análisis de lecturas del Bloque temático 1. 10% Análisis de lecturas del Bloque temático 2. 10% Análisis de lecturas del Bloque temático 3. 10% Trabajo final. 50%
Fecha aproximada de entrega	31/05/2022

Comentarios y observaciones

Atención:
Cada tarea tiene una fecha recomendada.
No son aplazables las fechas del test en línea y la entrega final.
Para cualquier alteración justificada del calendario de plazos, contacta con el equipo docente.

¿CÓMO SE OBTIENE LA NOTA FINAL?

Análisis de lecturas del Bloque temático 1. 10%
Análisis de lecturas del Bloque temático 2. 10%
Análisis de lecturas del Bloque temático 3. 10%
Prueba de Evaluación Continua. 20%
Trabajo final. 50%

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

ISBN(13):9788436261400
Título:CONECTADOS EN EL CIBERESPACIO (2012)
Autor/es:Aparici Marino, Roberto ;
Editorial:U N E D

ISBN(13):9788461439317
Título:COMUNICANDO PARA LA SOLIDARIDAD Y LA COOPERACIÓN. CÓMO SALIR DE LA ENCRUCIJADA. (2010)
Autor/es:Burgui, T. Y Erro, J. (Coords.) ;
Editorial:Pamplona, Foro Comunicación, Educación y Ciudadanía.

ISBN(13):9788470744983
Título:COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL Y POLÍTICA. (2012)
Autor/es:Peña, P., Pacheco, M. Y Martínez Pastor, E. ;

Editorial:Madrid, Fragua.

ISBN(13):9788480215718
Título:MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y SOLIDARIDAD. REFLEXIONES EN TORNO A LA (DES) ARTICULACIÓN SOCIAL (2006)
Autor/es:Nos Aldas, E. Y Gámez Fuentes, E. (Ed.) ;
Editorial:Castellón, Universitat Jaume I.

ISBN(13):9788495039187
Título:EN PLANO CORTO. GUÍA PARA EL USO DEL VÍDEO SOCIAL EN LA EDUCACIÓN PARA EL DESARROLLO (2009)
Autor/es:Acsur-Las Segovias Y Pandora Mirabilia ;
Editorial:Madrid: ACSUR-LAS SEGOVIAS

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

BUSTAMANTE, E (Ed.) (2007). La Cooperación Cultura-Comunicación en Iberoamérica. Madrid: AECID, Ministerio de Asuntos Exteriores de España.
CHAPARRO, M. (2002). Sorprendiendo al futuro. Comunicación para el desarrollo e Información Audiovisual. Barcelona: Los libros de la frontera.
CYTRYNBLUM, A. (2004). Periodismo social. Una nueva disciplina. Buenos Aires: La Crujía.
DE MORAGAS SPÁ, M.; GARITAONANDÍA, C.; y LÓPEZ, B. (Eds.) (1999). Televisión de Proximidad en Europa. Experiencias de descentralización en la era digital. Barcelona: Aldea Global.
FONGCAMD (2011). Manual digital de educación para el desarrollo.
MATTELART, A. (2000). Historia de la Utopía Planetaria. De la Ciudad Profética a la Sociedad Global. Barcelona: Paidós Transiciones.
SIERRA CABALLERO, F. (2005). Políticas de Comunicación y Educación. Crítica y Desarrollo de la Sociedad del Conocimiento. Barcelona: Gedisa.

RECURSOS DE APOYO Y WEBGRAFÍA

Dispone de diversos medios:

•Foros
•Mail
•Teléfono
•Webconferencia

IGUALDAD DE GÉNERO

En coherencia con el valor asumido de la igualdad de género, todas las denominaciones que en esta Guía hacen referencia a órganos de gobierno unipersonales, de representación, o miembros de la comunidad universitaria y se efectúan en género masculino, cuando no se hayan sustituido por términos genéricos, se entenderán hechas indistintamente en género femenino o masculino, según el sexo del titular que los desempeñe.