



Estructura Institucional y
Análisis del entorno
comunicacional

**Máster Universitario en
Comunicación Política y Gestión
de Crisis y Emergencia
2026-27**



UNIVERSIDAD
NEBRIJA

GUÍA DOCENTE

Asignatura: Estructura Institucional y Análisis del entorno comunicacional

Titulación: Máster Universitario en Comunicación Política y Gestión de Crisis y Emergencias.

Curso Académico: 2026-27

Carácter: Obligatoria

Idioma: Español

Modalidad: Presencial / A distancia

Créditos: 3

Semestre: 1º

Profesores/Equipo Docente: Dr. D. David del Pino Díaz

1. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1.1. Competencias

- Comprender las estructuras institucionales a nivel global y la dinámica de los medios de comunicación para poder analizar las relaciones entre ambos.
- Aplicar los conocimientos adquiridos en el contexto general de las organizaciones, tanto del ámbito público como privado y, de manera especial, en la comunicación política y gestión de crisis y emergencias.
- Demostrar la autonomía necesaria para adaptarse a un entorno cambiante y con múltiples desafíos, propios del campo de la comunicación política.
- Controlar las técnicas y dinámicas que se aplican en la comunicación política y en la gestión de crisis y emergencias.
- Resolver problemas y tomar decisiones eficaces ante problemas planteados y situaciones de alto nivel competitivo en el entorno de la comunicación política.
- Utilizar el trabajo en equipo de forma eficaz en el contexto de la comunicación política y gestión de crisis y emergencias.
- Controlar las herramientas digitales necesarias para las estrategias en procesos electorales, situaciones de crisis y emergencias de empresas privadas, instituciones públicas y organizaciones no gubernamentales

1.2. Resultados de aprendizaje

Comprender la estructura organizacional global, entender el funcionamiento de medios de comunicación y su interrelación con las organizaciones.

2. CONTENIDOS

2.1. Requisitos previos

Ninguno.

2.2. Descripción de los contenidos

Estudio avanzado de las organizaciones más relevantes que pueden influir en el universo político internacional y nacional, conocimiento de los conglomerados mediáticos más importantes, así como de las relaciones de interdependencia que se establecen entre ambos agentes.

2.3. Contenido detallado

Tabla donde se detalla el contenido de la materia, las actividades dirigidas, prácticas, proyectos, memoria u otras prácticas a desarrollar tanto en las sesiones con profesor como aquellas a realizar por el alumno en su tiempo de trabajo fuera de horario docente.

- 1. La presencia de los medios de comunicación en el desarrollo de la Modernidad: Genealogía, relevancia y características.**
 - 1.1. Los *media* y el desarrollo de las sociedades modernas.
 - 1.2. Algunas características de la sociedad de masas.
 - 1.3. El ser humano como un ser simbólico.
 - 1.4. La construcción de los mitos políticos.
- 2. Los diferentes sistemas mediáticos.**
 - 2.1. El modelo pluralista polarizado: Francia, Grecia, Portugal, Italia y España.
 - 2.2. El modelo democrático corporativo: Austria, Bélgica, Dinamarca, Finlandia, Alemania, Holanda, Noruega, Suecia y Suiza.
 - 2.3. El modelo liberal: Gran Bretaña, Irlanda, Estados Unidos y Canadá.
 - 2.4. La victoria del modelo pluralista polarizado.
 - 2.5. Las redes sociales en la polarización política.
- 3. Una sociología de los medios de comunicación: la aplicación del concepto de campo.**
 - 3.1. El concepto de campo en la sociología de Pierre Bourdieu
 - 3.2. La influencia del campo mediático en el desarrollo del resto de los campos de producción cultural.
 - 3.3. El campo mediático como actor principal del campo político.
- 4. La construcción del carisma político como mitología.**
 - 4.1. Definición y características de la mitología política.
 - 4.2. El carisma en la obra de Max Weber.
 - 4.3. La tensión entre el carisma como momento disruptivo y la burocracia.
 - 4.4. La rutinización del carisma.
- 5. La construcción del carisma en la contemporaneidad: campo mediático, populismo y política de la intimidad**
 - 5.1. La mediatización del carisma político.
 - 5.2. Liderazgo y medios de comunicación.
 - 5.3. La construcción de liderazgos.
 - 5.4. El populismo como ideología del S.XXI.
 - 5.5. Definición, características y principios generales del populismo.
 - 5.6. Un nuevo fenómeno planetario: el populismo empresarial.

2.4 Actividades Dirigidas

Actividad Dirigida 1 (AD1): En comunicación política es imprescindible identificar el tipo de público al que nos dirigimos. Por lo tanto, para esta actividad se busca realizar el seguimiento de la comunicación política de un partido político, una institución o un líder de opinión a partir de una o varias fuentes. Los alumnos, de manera individual, escogerán uno de los actores señalados para hacer un seguimiento de la actividad destinada al ejercicio de comunicación política. El texto final debe tener una extensión entre 5 y 8 páginas. Esta actividad tiene un peso en la nota final de un 20%.

Actividad Dirigida 2 (AD2): Seguimiento del perfil ideológico de un programa de actualidad política de máxima audiencia. Los alumnos, organizados en grupos, tendrán que hacer el seguimiento de un programa televisivo, de radio o en formato podcast. Se quiere que los alumnos identifiquen las líneas políticas del programa, los marcos ideológicos que circulan y el tipo de análisis de la realidad que se construye. Para esta actividad se destinará al menos una clase teórica-práctica en la que los grupos tendrán que presentar el trabajo. El texto final debe tener una extensión máxima de 15 páginas. Esta actividad tiene un peso en la nota final de un 20%.

Examen final: el examen final del curso consiste en una prueba escrita donde el alumnado deberá responder, en primer lugar, a una serie de preguntas tipo test sobre los materiales aportados por el profesor y, en segundo lugar, resolver un caso práctico. Las preguntas del examen atenderán tanto a los textos que el profesor facilite como a las explicaciones que se desarrollen en clase.

En las versiones online e intake no se realizará examen final. En estos formatos se realizará un **trabajo final**. Para la evaluación de esta tarea se tendrá en cuenta el conocimiento de los estudiantes en relación con la materia explicada en la asignatura. El objeto de estudio para esta actividad estará sujeto a la actualidad. El texto debe tener un máximo de 15 páginas. El examen final tiene un peso en la nota final de un 50%.

Asistencia y participación (10%). Los estudiantes de la modalidad presencial tienen que asistir a un 75% de las sesiones para poder optar al punto de asistencia y participación, que se redondeará en función de la proactividad del alumno en el aula.

Asistencia y participación (10%). Los alumnos de la modalidad online demostrarán su participación en el aula a través de la conversación directa en clase, pudiendo hacerlo también en los foros de debate que se crearán en el campus virtual.

2.5. Actividades formativas

Modalidad Presencial:

Código	Actividad formativa	Horas	Porcentaje de presencialidad
AF1	Clases de teoría y práctica	112,5	100%
AF2	Trabajo personal del alumno	187,5	0%
AF3	Tutorías	37,5	50%
AF4	Evaluación	37,5	100%
		375	

Modalidad a distancia:

Código	Actividad formativa	Horas	Porcentaje de presencialidad Sincrona
AF1	Clases de teoría y práctica	75	0%
AF2	Trabajo personal del alumno	187,5	0%
AF3	Tutorías	37,5	0%
AF4	Evaluación	75	13%
		375	

2.6. Metodología docente

Código	METODOLOGÍA DOCENTE	DESCRIPCIÓN
MD1	Método expositivo	Exposición por parte del profesor de los contenidos de cada tema por medio de explicaciones y presentaciones en las que se promueve la participación del estudiante.
MD2	Aprendizaje autodirigido	El alumno deberá realizar trabajos o proyectos (individuales o en grupo) que le ayuden a adquirir las competencias y los conocimientos teórico-prácticos de la asignatura.
MD3	Estudio de casos	Análisis de casos que generen un diálogo sistemático y ordenado sobre situaciones y circunstancias reales con fines de aprendizaje. El alumno aprende por descubrimiento, no sólo por recepción, ejercitando su pensamiento creativo y crítico. Requiere el asesoramiento y seguimiento por parte del profesor.
MD4	Aprendizaje basado en proyectos	Aprendizaje basado en la simulación de situaciones profesionales. Bajo un objetivo y con unos recursos, el alumno debe resolver una situación que se asemeje a una situación real de la vida profesional. El alumno aprende por descubrimiento, no sólo por percepción, desarrollando sus habilidades sociales, el trabajo en equipo, el liderazgo, la disciplina y la solidaridad. Requiere el asesoramiento y seguimiento por parte del profesor
MD5	Taller	Aprendizaje basado en una metodología eminentemente práctica aplicada a la realización de trabajos pre-profesionales bajo la orientación del profesor. El estudiante aprende por descubrimiento y por el seguimiento y feed-back del profesor sobre sus errores o aciertos, ejercitando el pensamiento creativo del alumno, su capacidad de autocrítica y autoexigencia.
MD6	Documentación e Investigación	Elaboración de informes en los que el alumno debe recurrir a documentación específica, recursos bibliográficos, recopilación de datos, análisis de estudios e informes, etc., para la

		redacción de documentos y explicación de conclusiones.
MD7	Aprendizaje Instrumental	Aprendizaje a través del uso de herramientas específicas para el ejercicio profesional.

Modalidad presencial: MD1; MD2; MD3; MD4; MD5; MD6; MD7

Modalidad a distancia: MD1; MD2; MD3; MD4; MD5; MD6; MD7

3. SISTEMA DE EVALUACIÓN

3.1. Sistema de calificaciones

El sistema de calificaciones finales se expresará numéricamente, de acuerdo a lo dispuesto en el art. 5 del Real Decreto 1125/2003, de 5 de septiembre (BOE 18 de septiembre), por el que se establece el Sistema Europeo de Créditos y el sistema de Calificaciones en las titulaciones universitarias de carácter oficial y su validez en todo el territorio nacional.

- 0 - 4,9 Suspenso (SS)
- 5,0 - 6,9 Aprobado (AP)
- 7,0 - 8,9 Notable (NT)
- 9,0 - 10 Sobresaliente (SB)

La mención de "matrícula de honor" podrá ser otorgada a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0. Su número no podrá exceder de 5% de los alumnos matriculados en una materia en el correspondiente curso académico, salvo que el número de alumnos matriculados sea inferior a 20, en cuyo caso sólo se podrá conceder una sola Matrícula de Honor.

3.2. Criterios de evaluación

Convocatoria ordinaria

Modalidad: Presencial

Sistemas de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
SE1. Asistencia y participación	10%	10%
SE2. Actividades académicas dirigidas	40%	40%
SE3. Prueba final presencial	50%	50%

Modalidad: A distancia

Sistemas de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
SE1. Asistencia y participación	10%	10%
SE2. Actividades académicas dirigidas	30%	30%
SE3. Prueba final presencial	60%	60%

Convocatoria extraordinaria

Modalidad: Presencial

Sistemas de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
SE2. Actividades académicas dirigidas	40%	40%
SE3. Prueba final presencial	60%	60%

Para poder hacer media con las ponderaciones anteriores será necesario obtener al menos una calificación de 5 en la prueba final presencial.

Modalidad: A distancia

Sistemas de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
SE2. Actividades académicas dirigidas	40%	40%
SE3. Prueba final presencial	60%	60%

Para poder hacer media con las ponderaciones anteriores será necesario obtener al menos una calificación de 5 en la prueba final presencial.

3.3. Restricciones

Calificación mínima

Para poder hacer media con las ponderaciones anteriores es necesario obtener al menos una calificación de 5 en la prueba final. Asimismo, es potestad del profesor que el alumno pueda presentar de nuevo las prácticas o trabajos escritos, si estos no han sido entregados en fecha, no han sido aprobados o se desea mejorar la nota obtenida, siempre en la convocatoria extraordinaria.

Asistencia

El alumno que, injustificadamente, deje de asistir a más de un 25% de las clases presenciales podrá verse privado del derecho a examinarse en la convocatoria ordinaria.

Normas de escritura

Se prestará especial atención en los trabajos, prácticas y proyectos escritos, así como en los exámenes tanto a la presentación como al contenido, cuidando los aspectos gramaticales y ortográficos. El no cumplimiento de los mínimos aceptables puede ocasionar que se resten puntos en dicho trabajo.

3.4. Advertencia sobre plagio

La Universidad Antonio de Nebrija no tolerará en ningún caso el plagio o copia. Se considerará plagio la reproducción de párrafos a partir de textos de auditoría distinta a la del estudiante (Internet, libros, artículos, trabajos de compañeros...), cuando no se cite la fuente original de la que provienen. El uso de las citas no puede ser indiscriminado. El plagio es un delito.

En caso de detectarse este tipo de prácticas, se considerará Falta Grave y se podrá aplicar la sanción prevista en el Reglamento del Alumno.

3.5. Uso de IA

La adopción de herramientas de IA debe basarse en un enfoque transparente, responsable, ético y seguro, que fomente el desarrollo de competencias digitales en el estudiantado:

- El profesor incluirá en cada actividad formativa que lo precise, si se contempla el uso de IA Generativa, con qué objetivo y los requisitos de aplicación de esta.
- Es responsabilidad del estudiante mostrar una conducta transparente, ética y responsable con el uso de IA Generativa, y adaptarse a los criterios de aplicación y evaluación dictados por el profesor en cada actividad.

La detección de cualquier conducta fraudulenta con respecto al uso de IA Generativa, no atendiendo a las indicaciones del profesorado, aplicará las sanciones previstas en el Reglamento Disciplinario.

4. BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía básica

- Alonso, L. E. (2019). La noción de pueblo como construcción discursiva. *Mélanges de la Casa de Velázquez*, 49(1), 279-283.
- Alonso, L. E. y Fernández Rodríguez, C. J. (2022). Populismo empresarial: las nuevas fronteras del discurso gerencial. *Recerca. Revista de Pensament i Anàlisi*, 28(1), 1-24.
- Barthes, R. (2010). *Mitologías*. México: Siglo XXI.
- Bourdieu, P. (2010). *Sobre la televisión*. Barcelona: Anagrama.
- Champagne, P. (2015). *Faire l'opinion. Le Nouveau jeu politique*. Paris: Les Éditions de Minuit.
- Couldry, N. (2013). Media Meta-Capital: Extending the Range of Bourdieu's Field Theory. *Theory and Society*, 32, 653-677.
- García Tojar, L. (2021). La extinción del sistema mediático. En A. Castromil, M. L. Humanes y L. García Tojar (Eds.), *La comunicación Política en la era de la mediatización* (pp. 127-154).
- Giner, S. (2003). *Carisma y razón*. Madrid: Alianza.
- Hallin, D. y Mancini, P. (2008). *Sistemas mediáticos comparados: tres modelos de relación entre los medios de comunicación y la política*. Barcelona: Hacer.
- Krämer, B. (2014). Media Populism: A Conceptual Clarification and Some Theses on its Effects. *Communication Theory*, 24, 42-60.
- Kriesi, H. (2015). Populism: concepts and conditions for its rise in Europe. *Comunicazione Politica*, 2, 175-194.
- Lago, J. y Bustinduy, P. (2024). *Política y ficción. Las ideologías en un mundo sin futuro*. Barcelona: Península.
- Mazzoleni, G. (2010). *La comunicación política*. Madrid: Alianza Editorial.
- Reinemann, C. (ed.) (2014). *Political Communication*. Berlín: Waller de Gruyter.
- Rosanvallon, P. (2020). *El siglo del populismo*. Madrid: Galaxia Gutenberg.
- Weber, M. (2021). *El político y el científico*. Madrid: Alianza Editorial.

Bibliografía recomendada

- Accardo, A. (1995). *Journalistes au quotidien*. Bordeaux: Le Mascaret.
- Benson, R. y Neveu, E. (eds.) (2010). *Bourdieu and the Journalistic Field*. Cambridge: Polity.
- Del Pino Díaz, D. (2024). Juan Carlos I como piloto de la transición española en la serie “Cuéntame Cómo Pasó”. *ANDULI. Revista Andaluza de Ciencias Sociales*, 25, 45-70.
- Donofrio, A. y Rubio Moraga, A. L. (2019). De Berlusconi a Trump: la comunicación política convertida en espectáculo. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 25(1), 113- 127.
- Eco, U. (2016). *Apocalípticos e integrados*. Barcelona: DEBOLSILLO.
- Halimi, S. (2002). *Los nuevos perros guardianes: periodistas y poder*. Tafalla: TXALAPARTA.
- Laclau, E. (2005). *La razón populista*. Madrid: Fondo de Cultura Económica de España.
- Laguna, A. (2011). Liderazgo y comunicación: la personalización de la política. *Anàlisi*, 43, 45-57.
- Mattelart, A. (2021). *Comunicación, cultura y lucha de clases. Génesis de un campo de estudios*. Madrid: Siglo XXI.
- Milán Paredes, T. (2004). De la comunicación de masas al individuo digital. *Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y educación*, 23, 83-87.
- Morin, E. (1966). *El espíritu del tiempo*. Barcelona: Taurus.
- Musso, P. (2019). *Le temps de l'Etat-Enterprise*. Paris: Fayard.
- Rebolledo, M. (2017). La personalización de la política: una propuesta de definición para su estudio sistemático. *Revista de Comunicación*, 16(2), 147-176.
- Rueda Laffond, J. C., Galán Fajardo, E. y Rubio Moraga, A. (2014). *Historia de los medios de comunicación*. Madrid: Alianza.
- Stefanoni, P. (2021). *¿La rebeldía se volvió de derecha? Cómo el antiprogresismo y la anticorrección política están construyendo un nuevo sentido común*. Siglo XXI.
- Thompson, J. B. (1998). *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Weber, M. (2012). *Sociología de la religión*. Madrid: Akal.
- Weber, M. (2014). *Economía y sociedad*. México: Fondo de Cultura Económica.

5. DATOS DEL PROFESOR

Nombre y Apellidos	Dr. D. David del Pino Díaz
Departamento	Comunicación
Titulación académica	- Doctor en Periodismo (Departamento de Sociología Aplicada) - Máster en Estudios Avanzados de Comunicación política en la Universidad Complutense de Madrid. - Título Propio “Pensar el presente” en la Facultad de Filosofía de la Universidad Complutense de Madrid. - Graduado en Ciencias Políticas por la Universidad Complutense de Madrid.
Correo electrónico	dpino@nebrija.es
Localización	Campus de Comunicación y Artes en Madrid-San Francisco de Sales
Tutoría	Horario de tutoría Contactar con el profesor previa petición de hora por e-mail
Experiencia docente, investigadora y/o profesional, así como investigación del profesor aplicada a la asignatura, y/o proyectos profesionales de aplicación.	Doctor en Periodismo (sección de Sociología Aplicada) por la Universidad Complutense de Madrid. Es director del Máster de Comunicación Política y Gestión de Crisis y Emergencias de la Universidad Nebrija. Con un máster en Estudios Avanzados en Comunicación política y el grado de Ciencias Políticas por la UCM, ha centrado su carrera investigadora en cómo se construyen los liderazgos en las sociedades contemporáneas, la centralidad del campo mediático como actor primordial dentro del campo de poder, en la centralidad de la propaganda en los consensos sociales y en la conformación de mitos políticos a través de series de televisión. Ha realizado una estancia internacional de tres meses en la Université Bordeaux Maigne y dos estancias nacionales, dos meses en la Universidad de Granada y un mes en la Universidad de Barcelona. En referencia a estas cuestiones ha presentado diversas ponencias tanto en Congresos Internacionales como en Congresos Nacionales, así como ha publicado 35 artículos científicos en repositorios de alta calidad, 15 capítulos de libro y 30 reseñas de libros en revistas científicas