



Lobbying y Campañas de
movilización

**Máster Universitario en
Comunicación política y
Gestión de crisis y Emergencias
2026-27**



UNIVERSIDAD
NEBRIJA

GUÍA DOCENTE

Asignatura: Lobbying y Campañas de movilización

Titulación: Máster Universitario en Comunicación política y Gestión de crisis y Emergencia

Curso Académico: 2026-27

Carácter: Obligatoria

Idioma: Español

Modalidad: Presencial / A distancia

Créditos: 3

Semestre: 2º

Profesores/Equipo Docente: D. Luis Marañón Martín / D. Manuel Rodríguez Morillo

1. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1.1. Competencias

- Interpretar el papel de los grupos de presión como agentes políticos.
- Planificar campañas de movilización.
- 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.
- Manejar las habilidades de comunicación oral y escrita para desarrollar de forma eficaz presentaciones de proyectos de comunicación política y gestión de crisis y emergencias.

1.2. Resultados de aprendizaje

Identificar los grupos de presión como agentes políticos y conocer el diseño de campaña de movilización.

2. CONTENIDOS

2.1. Requisitos previos

Ninguno

2.2. Descripción de los contenidos

Estudiar la evolución de los agentes políticos hacia grupos de presión y el diseño de campañas de movilización.

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.

Modalidad presencial e intake

1. Marco de acción en asuntos públicos

- a) La influencia pública: pulsión cívica y acción democrática.
- b) Definición y alcance de los asuntos públicos: hacia una visión integral.
- c) La defensa y representación de intereses: participación política, social y empresarial.
- d) empresarial.

2. Estrategia y táctica aplicada a los procesos de influencia pública y las campañas de movilización

- a) Concepto de estrategia: origen, evolución y ámbitos de aplicación.
- b) Principios operativos de estrategia y táctica.
- c) Aplicaciones prácticas en campañas de asuntos públicos y movilización.

3. El espacio público de toma de decisiones

- a) Dimensiones, características y vías de intervención.
- b) Los actores clave: intervinientes públicos y privados. Los grupos de interés como actores de influencia.
- c) Relaciones institucionales, incidencia regulatoria y campañas de movilización social.
- d) Tipología de objetivos, issues y áreas de actuación en procesos de influencia.

4. La elaboración de la estrategia y el plan integral de asuntos públicos

- a) Investigación, análisis y diagnóstico.
- b) Definición de estrategia y táctica.
- c) Determinación y gestión de stakeholders.
- d) Posicionamiento y mapa de razones de apoyo.
- e) El cronograma y plan de actuación.

5. Comunicación aplicada los asuntos públicos y las campañas de movilización

- a) La estrategia de incidencia comunicativa en causas públicas.
- b) Marco de comunicación pública: enmarcado, mensajes, argumentos y relato.
- c) La construcción de argumentos para la interlocución pública y la influencia social y mediática.
- d) La preparación de portavoces de asuntos públicos.

Modalidad online

1. Introducción a los asuntos públicos

- a. ¿Qué es lobby?
- b. Democracia representativa, pluralista y participativa.
- c. Sistemas de gobernanza
- d. Proceso legislativo

- e. Regulación y registro de lobbies
- f. Vías de participación institucionalizadas
- g. Vías de participación no institucionalizadas
- 2. Actores políticos**
 - a. Definición
 - b. Elementos
 - c. Clasificaciones
 - d. Funciones
 - e. Principales actores políticos
 - f. Mapa de actores
- 3. Relaciones institucionales e incidencia regulatoria**
 - a. Definición del problema público
 - b. Tipos de políticas públicas
 - c. Diagnóstico
 - d. Discurso y comunicación
 - e. Relaciones institucionales
- 4. La acción colectiva**
 - a. ¿Qué es la acción colectiva?
 - b. Niveles de análisis
 - c. Técnicas de movilización
 - d. Liderazgo social
 - e. Grassroots y social engagement
- 5. Ciberactivismo y movilización digital**
 - a. Plataformas
 - b. Actores de la Red
 - c. Estrategias y tácticas
 - d. Buenas prácticas
- 6. Diseño de estrategia y metodologías**
 - a. Comprensión del problema
 - b. Comprensión de los actores
 - c. Estrategia de influencia
 - d. Creación de ecosistemas de cooperación: la innovación social

2.4. Actividades dirigidas

Durante el curso se podrán desarrollar algunas de las actividades dirigidas (AD), prácticas, memorias o proyectos siguientes, u otras de objetivos o naturaleza similares:

Modalidad Presencial

Actividad Dirigida 1 (AD1): *Análisis de issues, actores de influencia y objetivos de asuntos públicos.* (20% nota final)

A partir de un artículo de prensa aportado por el profesor, se analizará el caso desde la perspectiva del lobby y los asuntos públicos, determinando cuál es el conflicto, quiénes son las partes interesadas, cuáles son sus motivaciones y objetivos y cuáles sus posibles estrategias de actuación. En grupos de 3 personas, se realizará un primer planteamiento en el campus virtual y, posteriormente, se realizará presentación y debate en clase.

Actividad Dirigida 2 (AD2): Estrategia de asuntos públicos. (20% nota final)

A partir de un caso práctico dado por el profesor, se realizará una estrategia base que incluya: análisis DAFO, objetivos estratégicos y áreas de actuación. En grupos de 3 personas, se realizará un primer planteamiento en el campus virtual y, posteriormente, se realizará debate de grupo en clase.

Trabajo final en grupo (50% nota final)

Elaborar una estrategia y plan de asuntos públicos integral para una empresa u organización (real o simulada), incorporando todos los contenidos de la asignatura. El trabajo se realizará en grupos de 3 personas.

Asistencia y participación (10% nota final): la calificación implica ineludiblemente la participación efectiva durante las clases y se realizará en función de la calidad aportada en las mismas. La asistencia sin participación implicará la no calificación de este apartado.

***Modalidad Online**

Actividad dirigida 1 (AD1) Asuntos públicos en la empresa (20% nota final)

El alumnado entrará en contacto con profesionales del mundo de los asuntos públicos y las relaciones institucionales, tanto representando los intereses de una empresa particular como los de sus clientes desde la figura del consultor/a de asuntos públicos.

Actividad dirigida 2 (AD 2): Beers&Politics (20% nota final)

Beers&Politics es una iniciativa que promueve encuentros para personas apasionadas de la política en más de 70 ciudades de todo el mundo. Se invitará al alumnado a participar en un encuentro informal en Madrid con otros profesionales de la comunicación política y los asuntos públicos para intercambiar impresiones y hacer networking.

El alumnado podrá conversar con lobistas, activistas y personas expertas en campañas de movilización, tanto en la calle como en internet.

Trabajo final (50% nota final)

Diseñar la planificación de una campaña de incidencia política para un cliente real, en la que se apliquen los conocimientos adquiridos a lo largo de la asignatura.

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.

Modalidad intake

Actividad Dirigida 1 (AD1): Análisis de issues, actores de influencia y objetivos de asuntos públicos. (20% nota final)

A partir de un artículo de prensa aportado por el profesor, se analizará el caso desde la perspectiva del lobby y los asuntos públicos, determinando cuál es el conflicto, quiénes son las partes interesadas, cuáles son sus motivaciones y objetivos y cuáles sus posibles estrategias de actuación. Cada alumna/o realizará un primer planteamiento en el campus virtual y, posteriormente, se realizará debate de grupo en clase.

Actividad Dirigida 2 (AD2): Estrategia de asuntos públicos. (20% nota final)

A partir de un caso práctico dado por el profesor, se realizará una estrategia base que incluya: análisis DAFO, objetivos estratégicos y áreas de actuación. Cada alumna/o realizará un primer planteamiento en el campus virtual y, posteriormente, se realizará debate de grupo en clase.

Trabajo final (50% nota final)

Elaborar una estrategia y plan de asuntos públicos integral para una empresa u organización (real o simulada), incorporando todos los contenidos de la asignatura.

Asistencia y participación (10% nota final). Los alumnos/as demostrarán su participación principalmente a través de la conversación directa en clase, así como 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 de la AF
AF1	Clases de teoría y práctica	180	100%
AF2	Trabajo personal del alumno	300	0%
AF3	Tutorías	60	50%
AF4	Evaluación	60	100%
		600	

Modalidad A distancia:

Código	Actividad formativa	Horas	Porcentaje de presencialidad de la AF
AF1	Clases de teoría y práctica	120	0%
AF2	Trabajo personal del alumno	300	0%
AF3	Tutorías	60	0%
AF4	Evaluación	120	13%
		600	

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

Modalidad a distancia: MD1; MD2; MD3; MD4

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:

- Alemanno, A., (2017). Lobbying for change. Find your voice to create a better society, London: Icon Books.
- Della Porta, D., Diani, M., (2011), Los movimientos sociales; Madrid: CIS y Ed. Complutense.
- IBARRA, P., (2005), Manual de sociedad civil y movimientos sociales, Madrid, Sistema.
- Marañón, L. y Herrero, JC (Eds.), (2022). Asuntos públicos. Lobby y democracia corporativa. Madrid: Dykinson.
- Molins, J., Muñoz L., Medina, I. (Dir.) (2016). Los grupos de interés en España: la influencia de los lobbies en la política española, Madrid: Tecnos.
- Sharp, G., 2011. De la dictadura a la democracia. Boston: The Albert Einstein Institution.
- Subirats, J.; Knoepfel, P.; Larrue, C. y Varonne, F. (2008). Análisis y gestión de políticas públicas. Barcelona: Ariel.

Bibliografía recomendada

- Bitonti, A. y Harris, P. (Eds.), 2017, Lobbying in Europe: Public Affairs and the Lobbying Industry in 28 EU Countries. Londres: Palgrave-Macmillan.
- Fisas, V., 1998. El lobby feroz. Barcelona: Icaria.
- Ibarra, P; Gomà, R y Martí, S., 2002, (eds.) Creadores de democracia radical. Movimientos sociales y redes de políticas públicas en Euskadi y Catalunya. Barcelona: Icària.
- Molins, J., Muñoz L., Medina, I. (Dirs.) 2016. Los grupos de interés en España: la influencia de los lobbies en la política española, Madrid: Tecnos.
- Oliván, R., Instituciones que aprenden, Informe para la XXVII Cumbre Iberoamericana de Jefes y Jefas de Estado y de Gobierno.
- Rodríguez, M., “Pride: Orgullo en los movimientos sociales”, en CamaraCivica.com (consultado: 3/6/2022).
- Sánchez Martín, J.L. (Coord.), 2018. Democracias disruptivas. Prácticas participativas en política, economía y sociedad. Sevilla: Atrapasueños.
- Subirats, J. y García, A., 2015, Innovación social y políticas urbanas en España, Barcelona: Icaria.
- Villoria, M., 2014, Una evaluación del lobby en España. Análisis y propuestas, Transparency International España.
- Xifrà, J., 2018, Manual de Relación Públicas e Institucionales. Madrid: Tecnos.

5. DATOS DEL PROFESOR

Nombre y Apellidos	D. Luis Mara��n Martín
Departamento	Comunicación
Titulación académica	Licenciado en Ciencias Políticas y de la Administración por la UCM executive MBA por Esden Business School
Correo electrónico	Imaranon@nebrija.es
Localización	Campus Facultad de Comunicación y Artes- San Francisco de Sales
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.	Politólogo y consultor en asuntos públicos, estrategia corporativa y comunicación pública. Cuenta con más de dos décadas de actividad prestando servicios profesionales a compañías, grupos de interés, gobiernos, instituciones, partidos políticos y organizaciones sociales. En el mundo corporativo ha liderado proyectos de asuntos públicos y corporativos, comunicación estratégica, comunicación pública, desarrollo de negocio y gestión de crisis para empresas de diferentes sectores como el energético, financiero, tecnológico o sanitario, además de haber asesorado a organizaciones empresariales y de representación de intereses en proyectos de relaciones institucionales, lobby y diplomacia corporativa. En el ámbito político e institucional se ha desempeñado como consultor internacional, estratega general y asesor de comunicación en España y Latinoamérica y he asesorado a gobiernos, tanto nacionales como regionales y locales, en comunicación institucional. En el campo de la docencia, ejerce como profesor de asuntos públicos, comunicación política, gestión de crisis y liderazgo en estudios de postgrado de diferentes universidades, como la Universidad Complutense de Madrid, IMF o la Universidad Nebrija. Es co-editor y autor de referencia con publicaciones como Asuntos públicos. Lobby y diplomacia corporativa (Dykinson) o ��Existe el lobby ciudadano? Una experiencia de participación en el Congreso de los Diputados ��Existe el lobby ciudadano? Una experiencia de participación en el Congreso de los Diputados (Revista de las Cortes Generales).

Nombre y Apellidos	D. Manuel Rodríguez Morillo
Departamento	Comunicación
Titulación académica	Licenciado en Derecho y Ciencias Políticas por la Universidad Pablo de Olavide. Máster en Liderazgo Político y Social. Titulado en Dirección de Empresas para Emprendedores en Economía Social. Curso sobre la Unión Europea en la Escuela Diplomática.
Correo electrónico	mrodrigm@nebrija.es
Localización	Campus Facultad de Comunicación y Artes- San Francisco de Sales
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.	Consultor político y de innovación social. Fundador y CEO de Cámara Cívica, empresa dedicada a acercar la política a la ciudadanía a través de la cultura, la comunicación política y la promoción de procesos de innovación social. Analista político en diversos medios, ha trabajado como formador de actores políticos y sociales, Responsable de Incidencia Política de la Red Andaluza contra la Pobreza y la Exclusión Social (EAPN-Andalucía), Responsable de Innovación Social y Alianzas de Distrito Castellana Norte y asesor en el Consejo de Derechos Humanos de Naciones Unidas. Coordinador de Hateblockers, proyecto de innovación social en colaboración con el Gobierno de Aragón para crear una comunidad de jóvenes ciberactivistas contra el discurso de odio en internet. Organizador de los Beers&Politics Madrid.