

GUÍA DOCENTE COMUNICACION POLITICA

GRADO EN PERIODISMO

CURSO 2026-27

Fecha de publicación: 07-07-2026



I.-Identificación de la Asignatura

Tipo	OPTATIVA
Período de impartición	4 curso, 1Q semestre
Nº de créditos	6
Idioma en el que se imparte	Castellano

II.-Presentación

La asignatura Comunicación Política tiene como propósito general proporcionar al alumnado una comprensión amplia y crítica de las relaciones entre comunicación, poder político, ciudadanía y democracia. La comunicación política no se limita a las campañas electorales ni a la mercadotecnia política, sino que atraviesa de forma permanente la construcción de la opinión pública, la actuación de los representantes públicos, la visibilidad de los liderazgos, la acción de los partidos, los movimientos sociales y la participación ciudadana.

En las sociedades contemporáneas, estos procesos se desarrollan en un entorno híbrido en el que conviven medios tradicionales, plataformas digitales, redes sociales, sistemas de recomendación, estrategias de datos y tecnologías basadas en inteligencia artificial. Este contexto transforma las formas de representación política, las dinámicas de influencia, los modos de relación entre representantes y ciudadanía, y las condiciones del debate público.

Desde esta perspectiva, la asignatura aborda los principales conceptos, actores, estrategias y problemas de la comunicación política contemporánea. Se analizarán tanto las formas clásicas de comunicación electoral como los desafíos derivados de la digitalización, la polarización, la desinformación, la construcción mediática de los liderazgos políticos, la comunicación de crisis, la participación ciudadana y la transformación de la esfera pública.

La asignatura Comunicación Política forma parte del módulo o materia de Comunicación del Grado en Periodismo, junto con materias como Teorías de la Comunicación y Métodos de investigación en comunicación. Mientras estas asignaturas proporcionan al alumnado herramientas para comprender los procesos comunicativos, analizar la realidad social y profesional e investigar fenómenos de comunicación, Comunicación Política orienta esa formación hacia el estudio específico de las relaciones entre comunicación, poder político, opinión pública, ciudadanía y democracia.

Asimismo, la asignatura facilitará el acercamiento del estudiantado a distintos perfiles profesionales relacionados con la comunicación política, entre ellos el análisis político, la dirección de comunicación en campañas electorales, la portavocía y la jefatura de prensa.

Partiendo de este planteamiento, la asignatura persigue los siguientes objetivos concretos:

1. Comprender los conceptos fundamentales de la comunicación política y su relación con la opinión pública, la esfera pública, la ciudadanía y la calidad democrática.
2. Identificar los principales actores, estrategias, técnicas y formatos de la comunicación política en contextos electorales, mediáticos y digitales.
3. Analizar críticamente discursos, campañas, liderazgos, movimientos sociales y prácticas comunicativas vinculadas al poder político y a la participación ciudadana.
4. Valorar los efectos de la mediatización, la digitalización, la polarización, la desinformación, el uso de datos y la inteligencia artificial en la comunicación política contemporánea.
5. Aplicar criterios de análisis comunicativo al estudio de campañas electorales, estrategias digitales, comunicación de crisis y procesos de construcción de la opinión pública.

II.B-Presentación en inglés

null

III.-Resultados de Aprendizaje

CG03. Comunicar en modo excelente en castellano, escrito y oral.

CG15. Conocer el contexto social global en el que se desarrolla la profesión periodística, atendiendo a las dinámicas sociales, económicas, legales e históricas.

CG16. Conocer racionalmente los parámetros esenciales de la sociedad actual, atendiendo a la diversidad y multiculturalidad, para su aplicación en el ejercicio solvente del periodismo.

CG22. Demostrar un compromiso ético respetando los derechos humanos y demás valores democráticos en el ejercicio de la profesión.

CE50. Conocer de las múltiples expresiones, fenómenos y procesos de la comunicación política

CE51. Percibir, expresar y actuar sobre la comunicación política, utilizando todos los métodos, lenguajes y soportes tecnológicos a disposición del periodismo en la actualidad (prensa, radio, televisión y redes)

- Leyenda para las titulaciones no adaptadas al RD 822/21: **CB** - competencias básicas, **CG** - competencias generales, **CE** - competencias específicas, **CT** - competencias transversales.
- Leyenda para las titulaciones adaptadas al RD 822/21: **CON** - conocimientos, **COM** - competencias, **HAB** - habilidades.



IV.-Contenido

IV.A.-Temario de la asignatura

IV.A.- Temario de la asignatura

INTRODUCCIÓN. CONCEPTO Y EVOLUCIÓN DE LA COMUNICACIÓN POLÍTICA

La comunicación política como campo de estudio de las relaciones entre comunicación, poder político, ciudadanía y democracia. Comunicación política, opinión pública y esfera pública. La comunicación política más allá de la mercadotecnia electoral: representación, legitimidad, influencia, participación y construcción del debate público.

MÓDULO I. NOCIONES BÁSICAS SOBRE COMUNICACIÓN POLÍTICA

TEMA 1. COMUNICACIÓN POLÍTICA, OPINIÓN PÚBLICA Y DEMOCRACIA

Conceptos fundamentales de la comunicación política. Opinión pública, esfera pública, ciudadanía y calidad democrática. Comunicación política en sociedades mediáticas y digitales. Representación, deliberación, participación ciudadana y control democrático del poder.

TEMA 2. ACTORES, MEDIOS Y RELACIONES DE PODER EN LA COMUNICACIÓN POLÍTICA

Representantes públicos, partidos políticos, gobiernos, instituciones, medios de comunicación, periodistas, consultores, movimientos sociales, grupos de interés y ciudadanía. Relaciones entre políticos, periodistas y audiencias. Interdependencia, conflicto, negociación de visibilidad y construcción de agendas.

MÓDULO II. CAMPAÑA ELECTORAL Y COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

TEMA 3. MEDIATIZACIÓN, LIDERAZGO Y REPRESENTACIÓN POLÍTICA

La mediatización de la política. Centralidad de la televisión y transformación de los formatos políticos. Personalización del liderazgo, imagen pública, escenificación, emocionalización y espectacularización. Debates, entrevistas, infoentretenimiento, sátira política y nuevos formatos audiovisuales.

TEMA 4. CAMPAÑAS ELECTORALES Y ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN POLÍTICA

Funciones y fases de una campaña electoral. Estrategia, mensaje, posicionamiento, agenda, encuadres, relato político y segmentación de públicos. Técnicas de comunicación electoral, sondeos, debates, publicidad política y comunicación directa con la ciudadanía. Elementos básicos del sistema electoral español y Ley D'Hondt.

TEMA 5. COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL, GUBERNAMENTAL Y DE CRISIS

Comunicación política en gobiernos e instituciones. Información pública, transparencia, rendición de cuentas, portavocía y relación con los medios. Comunicación de crisis, gestión de la reputación institucional y legitimidad democrática. Diferencias entre comunicación electoral, comunicación institucional y propaganda.

MÓDULO III. COMUNICACIÓN POLÍTICA DIGITAL Y ESFERA PÚBLICA

TEMA 6. PLATAFORMAS DIGITALES, REDES SOCIALES Y PARTICIPACIÓN POLÍTICA

Transformaciones de la comunicación política en el entorno digital. Plataformas, redes sociales, sistemas de recomendación y circulación de contenidos políticos. Activismo digital, movimientos sociales, tecnopolítica, participación ciudadana, comunidades digitales, memes, influencers políticos y nuevas formas de intervención en el debate público.

TEMA 7. DESINFORMACIÓN, ESCÁNDALOS MEDIÁTICOS Y RETOS DEL PERIODISMO POLÍTICO

Desinformación, propaganda digital, polarización, discursos de odio y deterioro del debate público. Escándalos mediáticos, filtraciones, transparencia y control del poder. El papel del periodismo político en la verificación, contextualización y vigilancia democrática. Oportunidades y riesgos del cuarto poder en red.

MÓDULO IV. RETOS DE LA COMUNICACIÓN POLÍTICA EN DEMOCRACIA

TEMA 8. NUEVAS TENDENCIAS Y RETOS DEMOCRÁTICOS

Radicalización política, populismo, polarización y crisis de confianza pública. Comunicación política internacional y europea. Uso de datos, segmentación, microsegmentación y automatización en campañas políticas. Bots, contenidos sintéticos, deepfakes e inteligencia artificial aplicada a la comunicación política. Riesgos democráticos, responsabilidad profesional y criterios de análisis crítico.

IV.B.-Actividades formativas

Tipo	Descripción
------	-------------



Resolución de ejercicios, problemas, casos	Aplicación sistemática del temario a la actualidad política y mediática.
Asistencia a clases teóricas	Clases magistrales que tienen como objetivo transmitir conocimiento al estudiante a través del método expositivo o lección magistral. El profesor proporcionará los conocimientos básicos que permitan al alumno abordar el estudio de la asignatura de forma autónoma a través de la bibliografía recomendada y las actividades prácticas.
Prácticas	Debates en clase sobre las lecturas y el temario
Trabajos colectivos	Trabajo en grupo sobre los contenidos de la materia
Presentaciones orales	Defensa del trabajo en grupo en el aula
Otras actividades	Visionado de películas y otros documentos y debate en clase



V.-Tiempo de trabajo del alumnado (30h grado y 25h máster)

Clases teóricas	46
Clases de resolución de ejercicios, problemas, casos, etc.	10
Prácticas en laboratorios experimentales, tecnológicos, clínicos, campo, etc.	0
Realización de pruebas	4
Tutorías académicas	30
Actividades relacionadas: jornadas, seminarios, etc.	18
Preparación de clases teóricas	6
Preparación de prácticas/ejercicios/casos	23
Preparación de pruebas	43
Total de horas de trabajo del alumnado	180

VI.-Metodología y plan de trabajo

Tipo	Periodo	Contenido
Tutorías académicas	Semana 4 a Semana 13	Sesiones presenciales en el aula física dedicadas al seguimiento de los trabajos en grupo.
Pruebas	Semana 14 a Semana 15	Clases presenciales en el aula física dedicadas a la resolución de dudas y planteamiento del examen de la asignatura, que se realizará en la fecha oficialmente establecida.
Clases Teóricas	Semana 1 a Semana 15	Clases presenciales en el aula física dedicadas a la resolución de dudas y planteamiento del examen de la asignatura, que se realizará en la fecha oficialmente establecida.
Prácticas	Semana 3 a Semana 13	Clases presenciales en el aula física dedicadas al planteamiento y resolución de actividades prácticas de la asignatura. En los trabajos en grupo, los/las estudiantes irán avanzando fuera del horario lectivo, y el seguimiento de los mismos se realizará mediante tutorías grupales.



VII.-Método de evaluación

El modelo de evaluación general es la evaluación continua, tal como establece el Reglamento de evaluación de los resultados de aprendizaje de la Universidad Rey Juan Carlos.

Deberán utilizarse todos los sistemas de evaluación establecidos para la asignatura en la memoria de la titulación, excepto aquellos que tuviesen una ponderación mínima del 0%, que podrán utilizarse en los cursos académicos en los que el profesorado lo considere oportuno. Cada uno de los sistemas de evaluación podrá ser aplicado mediante una o más actividades de evaluación, coherentes con ese sistema. Ninguna de las actividades de evaluación podrá superar individualmente el 60% de la calificación global de la asignatura.

La suma de las actividades de evaluación no revaluables no podrá superar el 40% de la calificación global de la asignatura y, en general, no deberían tener nota mínima (salvo en el caso de actividades de carácter práctico en las que, estrictamente, no pudieran reproducirse en la convocatoria extraordinaria las condiciones de evaluación de la convocatoria ordinaria).

El alumnado que no consiga superar la asignatura en la convocatoria ordinaria, o no se hayan presentado, podrán presentarse a la convocatoria extraordinaria únicamente a las actividades de evaluación revaluables no superadas.

El uso de herramientas basadas en inteligencia artificial está prohibido en cualquier ejercicio y prueba de evaluación de la asignatura salvo que el profesor lo indique de forma explícita en el enunciado o en el material de esta. En caso de que esté permitido, se darán indicaciones precisas de qué usos están permitidos y cuáles no.

La distribución y características de las actividades de evaluación son las que se describen a continuación.

VII.A.- Descripción de las actividades de evaluación y su ponderación

El estudiante debe atender a las siguientes aclaraciones: ORTOGRAFIA Y EXPRESION.- En la calificación de las pruebas evaluables que requieran de un texto escrito, los profesores valorarán, además de los contenidos, que los ejercicios se adecuen al estándar lingüístico exigible a los estudiantes universitarios, particularmente en lo referido a la ortografía y el nivel de expresión. TRABAJOS UNIVERSITARIOS. Los trabajos universitarios deben ser originales, realizados íntegramente por el alumno. Solo se pueden emplear fragmentos de otras fuentes cuando se encuentren citados adecuadamente; es decir, el empleo de fragmentos de texto literales podría hacerse siempre que se encuentre convenientemente identificada su procedencia y su uso no se realice a lo largo del trabajo de una forma indiscriminada. En todo caso se recuerda que el plagio, que debe demostrarse, es un delito.

Las pruebas de evaluación serán las siguientes:

1. PRUEBA ESCRITA. Nota mínima: 5 sobre 10. Ponderación: 40% de la calificación final. Sistema de evaluación SE1. Carácter individual. Modalidad presencial. Revaluable en convocatoria extraordinaria. Contenido: prueba escrita de evaluación de los conocimientos teórico-prácticos de la asignatura, que podrá consistir en preguntas tipo test, preguntas de respuesta corta o preguntas de desarrollo. La prueba se realizará en la fecha oficial establecida por la universidad.
2. TRABAJO INDIVIDUAL O GRUPAL. Nota mínima: 5 sobre 10. Ponderación: 40% de la calificación final. Sistema de evaluación SE5. Carácter individual o grupal, según determine el profesorado al comienzo del curso. Modalidad presencial. Revaluable en convocatoria extraordinaria. Contenido: trabajo aplicado sobre contenidos de la asignatura, que podrá consistir en el análisis de una campaña electoral, discurso político, estrategia digital, caso de comunicación política, proceso de construcción de la opinión pública o propuesta comunicativa vinculada al ámbito político. El trabajo podrá presentarse en formato escrito, audiovisual o en soporte web, y será evaluado mediante protocolo o rúbrica de evaluación. Las condiciones específicas del trabajo serán indicadas por el profesorado al comienzo del curso y publicadas en el Aula Virtual.
3. ACTIVIDADES TEÓRICO-PRÁCTICAS. Sin nota mínima. Ponderación: 20% de la calificación final. Sistema de evaluación SE10. Carácter individual o grupal. Modalidad presencial. No revaluable en convocatoria extraordinaria. Contenido: actividades desarrolladas en el aula vinculadas a los contenidos de la asignatura, tales como análisis de casos, resolución de problemas, debates, comentarios de textos, análisis de materiales audiovisuales, seguimiento de la actualidad política y mediática, y ejercicios de aplicación sobre campañas, discursos, medios, redes sociales, instituciones y actores políticos. El carácter no reevaluable de estas actividades se justifica porque se requiere una supervisión del docente en las clases a lo largo del periodo lectivo, por lo que no es compatible con su recuperación en convocatoria extraordinaria.

ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Actividad	Carácter	Modalidad	Tipo	Nota mín.	Ponderación	Periodo	Contenido
Prueba escrita Sistema de evaluación SE 1	Individual	Presencial	Revaluable	5	40%	Convocatoria oficial ordinaria	Prueba escrita tipo test o de preguntas de desarrollo
Trabajo grupal escrito Sistema de evaluación SE 5	Grupal	Presencial	Revaluable	5	40%	Semanas 11-12	Trabajo individual/grupal escrito, audiovisual o en soporte web

Actividades teórico- prácticas en el aula SE10	Individual/Grup al	Presencial	No revaluable	NO	20%	Semana 2	Análisis de casos, resolución de problemas en aula teórica Sistema de evaluación SE 10 (Ev. actividad teórico- práctico)
--	-----------------------	------------	---------------	----	-----	----------	---

En la convocatoria adelantada se aplicará el mismo método de evaluación que en la convocatoria extraordinaria.

VII.B.- Evaluación del alumnado con dispensa académica de asistencia a clase



La concesión de Dispensa Académica de Asistencia a Clase (DAAC) no implica que se quede automáticamente eximido de participar en las actividades de evaluación continua ni en las actividades formativas presenciales de asistencia obligatoria establecidas en la guía docente. Una vez concedida la dispensa, el alumnado deberá contactar con el docente, que podría proponerle las adaptaciones que considere convenientes, siempre que garanticen la adquisición y adecuada evaluación de los resultados de aprendizaje previstos. El alumnado deberá mantener a lo largo de curso una comunicación fluida con el docente para que este le proporcione información sobre las fechas en que se realizarán esas actividades formativas y de evaluación, en caso de que su programación no estuviese ya fijada y a disposición del alumnado en el momento de la concesión de la dispensa.

Asignatura con posibilidad de dispensa: Sí

VII.C.- Revisión y reclamación de las actividades de evaluación

Se realizará conforme al Reglamento de evaluación de los resultados de aprendizaje de la Universidad Rey Juan Carlos.

VII.D.- Alumnado con discapacidad o necesidades educativas especiales

Con el fin de garantizar la igualdad de oportunidades, la no discriminación, la accesibilidad universal y la mayor garantía de éxito académico, las adaptaciones curriculares para alumnado con discapacidad o con necesidades educativas especiales serán pautadas por la Unidad de Atención a Personas con Discapacidad, de acuerdo con la normativa que regula el servicio de Atención a Estudiantes con Discapacidad, aprobada por Consejo de Gobierno de la Universidad Rey Juan Carlos.

Para que esas adaptaciones puedan realizarse, será requisito la emisión de un informe de adaptaciones curriculares por parte de dicha Unidad, por lo que el alumnado con discapacidad o necesidades educativas especiales deberán contactar con este servicio para analizar conjuntamente las distintas opciones.

VII.E.- Conducta académica, integridad y honestidad académica

La Universidad Rey Juan Carlos está plenamente comprometida con los más altos estándares de integridad y honestidad académica, por lo que estudiar en la URJC supone asumir y suscribir los valores de integridad y la honestidad académica recogidos en el Código Ético de la Universidad.

Para acompañar este proceso, la Universidad dispone de la Normativa de Convivencia de la Universidad Rey Juan Carlos y de diferentes herramientas (antiplagio, supervisión) que ofrecen una garantía colectiva para el completo desarrollo de estos valores esenciales.

Las herramientas basadas en inteligencia artificial pueden mejorar la experiencia de aprendizaje, pero debe utilizarse de forma ética, legal, honesta y transparente. Por este motivo, deben seguirse las recomendaciones de uso adecuado indicadas por los docentes de la asignatura.



VIII.-Recursos y materiales didácticos

Bibliografía básica

- Canel, M. J. (2006). *Comunicación política: Una guía para su estudio y práctica*. Tecnos.
- Castells, M. (2008). Comunicación, poder y contrapoder en la sociedad red. Los medios y la política. *Revista Telos*, 75. <http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/telos/articuloautorinvitado.asp?idarticulo=1&rev=75.htm#n1>
- Habermas, J. (1981). *Historia y crítica de la opinión pública: La transformación estructural de la vida pública*. Gustavo Gili.
- Hallin, D. C., y Mancini, P. (2004). *Comparing media systems: Three models of media and politics*. Cambridge University Press.
- López Eire, A., y De Santiago Guervós, J. (2000). *Retórica y comunicación política*. Cátedra.
- Martínez Nicolás, M. (2007). Agitación en el campo: Nueve ideas para la investigación sobre comunicación política en España. *Política y Sociedad*, 44(2), 209-227. <https://revistas.ucm.es/index.php/POSO/article/view/POSO0707230209A>
- Martínez Nicolás, M., Humanes, M. L., y Saperas Lapiedra, E. (2014). La mediatización de la política en el periodismo español: Análisis longitudinal de la información política en la prensa de referencia (1980-2010). *Trípodos*, 34, 41-59. <https://doi.org/10.51698/tripodos.2014.34.41-59>
- Norris, P. (2000). *A virtuous circle: Political communications in postindustrial societies*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511609343>
- Sampedro, V. (2000). *Opinión pública y democracia deliberativa: Medios, sondeos y urnas*. Istmo.
- Sampedro, V. (2008). Comunicación política: Nuevos medios, nuevas audiencias, nuevos problemas. *Revista Telos*, 74. <http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/telos/articulocuaderno.asp?idarticulo=6&rev=74.htm>
- Sampedro, V. (2011). Wikileaks: La revolución está siendo televisada. *Razón y Fe*, 1348. <http://www.ciberdemocracia.es/articulos/Razonnye2.pdf>
- Sampedro, V. (2014). *El cuarto poder en red: Por un periodismo (de código) libre*. Icaria.
- Sampedro, V. (Coord.). (2021). *Comunicación política digital en España: Del «Pásalo» a Podemos y de Podemos a Vox*. UOC Press. <https://burjcdigital.urjc.es/items/85679cb8-a43d-48d6-863b-62e5008d0951>
- Sampedro, V. (2023). *Teorías de la comunicación y el poder: Opinión pública y pseudocracia*. Akal. <https://burjcdigital.urjc.es/items/fa890269-a065-4007-a6a1-0187c3f74954>
- Sampedro, V. (2024). *Voces del 11-M: Víctimas de la mentira*. Planeta.
- Serrano Ocea, F., González Valles, J. E., y Viñarás Abad, M. (2019). La gestión de las redes sociales en la comunicación política y su influencia en la prensa. *index.comunicación*, 9(1), 173-195. <http://hdl.handle.net/10115/16870>
- Yanes Mesa, R. (2009). *Comunicación política y periodismo*. Fragua.

Bibliografía complementaria



Anduiza, E., Cantijoch, M., Colombo, C., Gallego, A., y Salcedo, J. (2010). Los usos políticos de Internet en España. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 129, 133-146. <https://doi.org/10.5477/cis/reis.129.133>

Bennett, W. L. (2012). The personalization of politics: Political identity, social media, and changing patterns of participation. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 644(1), 20-39. <https://doi.org/10.1177/0002716212451428>

Castells, M. (2012). *Networks of outrage and hope: Social movements in the Internet age*. Polity Press.

Cervi, L., Tejedor, S., y Marín Lladó, C. (2021). TikTok and the new language of political communication: The case of Podemos. *Cultura, Lenguaje y Representación*, 26, 267-287. <https://doi.org/10.6035/clr.5817>

Ekman, J., y Amnå, E. (2012). Political participation and civic engagement: Towards a new typology. *Human Affairs*, 22(3), 283-300. <https://doi.org/10.2478/s13374-012-0024-1>

Fuchs, C. (2014). Social media and the public sphere. *tripleC: Communication, Capitalism & Critique*, 12(1), 57-101. <https://doi.org/10.31269/triplec.v12i1.552>

Ganuza Fernández, E., y Francés García, F. J. (2008). ¿A qué llamamos participar en democracia? Diferencias y similitudes en las formas de participación. *Revista Internacional de Sociología*, 66(49), 89-113. <https://doi.org/10.3989/ris.2008.i49.84>

Gómez Diago, G. (2018). Indicadores para definir la participación ciudadana y/o política. Una propuesta: De lo personal a lo público. En *Actas del II Congreso Internacional Move.net sobre Movimientos Sociales y TIC* (pp. 176-189). Compolíticas. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6327956>

Gómez-Diago, G. (2025). Proposal for using artificial media for reinforcing journalism: Responsibility, discourse, deliberation, and audiences' participation. En N. Zagalo y D. Keller (Eds.), *Artificial Media: Emerging Trends in Narratives, Education and Creative Practice* (pp. 199-214). Springer Nature Switzerland. https://doi.org/10.1007/978-3-031-89037-6_10

Mazzoleni, G. (2017). Changes in contemporary communication ecosystems ask for a "new look" at the concept of mediatization. *Javnost - The Public*, 24(2), 136-145. <https://doi.org/10.1080/13183222.2017.1290743>

Norris, P. (2009). Comparative political communications: Common frameworks or Babelian confusion? *Government and Opposition*, 44(3), 321-340. <https://doi.org/10.1111/j.1477-7053.2009.01290.x>

Rodríguez-Ferrándiz, R. (2019). Posverdad y fake news en comunicación política: Breve genealogía. *El Profesional de la Información*, 28(3). <https://doi.org/10.3145/epi.2019.may.14>

IX.-Profesorado	
Nombre y apellidos	ANA MARÍA RODRÍGUEZ RIVAS
Correo electrónico	anamaria.rivas@urjc.es
Departamento	Ciencias de la Comunicación y Sociología
Campus de impartición	Fuenlabrada
Categoría	Profesor/a Contratado/a Doctor/a
Titulación académica	Doctor
Responsable de asignatura	No
Horario de tutorías	Para consultar las tutorías póngase en contacto con el/la profesor/a a través de correo electrónico
Nº de Quinquenios	4
Nº de Sexenios	0
Nº de Sexenios de transferencia	0
Nº de evaluaciones positivas Docencia	4

Nombre y apellidos	GLORIA GÓMEZ DIAGO
Correo electrónico	gloria.gomez.diago@urjc.es
Departamento	Periodismo y Comunicación Corporativa
Campus de impartición	Fuenlabrada
Categoría	Profesor/a Contratado/a Doctor/a
Titulación académica	Doctor
Responsable de asignatura	Si
Horario de tutorías	Para consultar las tutorías póngase en contacto con el/la profesor/a a través de correo electrónico
Nº de Quinquenios	1
Nº de Sexenios	1
Nº de Sexenios de transferencia	0
Nº de evaluaciones positivas Docencia	2
Nombre y apellidos	JOSÉ RAMÓN SANTILLÁN BUELNA
Correo electrónico	joseramon.santillan@urjc.es
Departamento	Periodismo y Comunicación Corporativa
Campus de impartición	Madrid - Vicálvaro
Categoría	Profesor/a Permanente Laboral
Titulación académica	Doctor
Responsable de asignatura	No
Horario de tutorías	Para consultar las tutorías póngase en contacto con el/la profesor/a a través de correo electrónico
Nº de Quinquenios	2
Nº de Sexenios	2
Nº de Sexenios de transferencia	0
Nº de evaluaciones positivas Docencia	1

