

MARKETING PÚBLICO, COMUNICACIÓN POLÍTICA E INSTITUCIONAL

Grado en Organización de Eventos,
Protocolo y Relaciones Institucionales
2021-22

www.protocoloimep.com

1_ DATOS DESCRIPTIVOS DE LA ASIGNATURA

NOMBRE DE LA ASIGNATURA

Marketing Público, Comunicación Política e Institucional

CRÉDITOS	TIPO	CURSO	SEMESTRE
7.5 ECTS	Básica	Cuarto	Primero

Titulación	Grado Organización de Eventos, Protocolo y Relaciones Institucionales
Centro	IMEP en C/ Arzobispo Loaces, 3
Aula teoría	AULA 1/ PLANTA 3
Aula práctica	AULA 1/ PLANTA 3
Idioma	Castellano

PROFESORADO

Nombre	e-mail	Responsable
María José Cerdá	mjcerda@protocoloimep.com	

HORARIO

Clase	Fechas "Meet the pros"	Fecha Exámenes
Lunes 16:00h a 20:00h.	Las fechas de los Meet the Pros serán anunciadas por los canales oficiales (sólo alumnos presenciales).	PRESENCIAL 28 ENERO 16.00-18.00 H. DISTANCIA 5 FEBRERO 12.00-14.00 H.

2_ CONTEXTUALIZACIÓN

Esta asignatura, pretende introducir al estudiante en el área organización de eventos integradas en la política de comunicación de la corporación.

2.1_ Recomendaciones para la asignatura.

Para todos los alumnos, es muy importante atender a los plazos de entrega de los proyectos y prácticas, están por su especial interés destacadas las fechas de entregas.

2.2_ Mecanismos de Coordinación Docente.

En la actualidad dentro de IMEP, se ha creado la figura del Coordinador del Grado, que recae en la figura del Director de Grado.

Será él quien se encargue de establecer las reuniones necesarias para:

- Coordinar las actividades docentes dentro de una misma área de especialización.
- Compartir recursos y materiales docentes.
- Poner en común criterios que aplican los docentes para evaluar la adquisición.
- Revisar contenidos y métodos para evitar las duplicidades entre asignaturas.
- Intercambiar experiencias docentes.

3_ COMPETENCIAS Y OBJETIVOS

3.1_ Competencias generales (transversales) y Competencias específicas.

COMPETENCIAS GENERALES

1. Capacidad de análisis de la dimensión social de la actividad y la responsabilidad social.
2. Sensibilidad para afrontar temas sociales.
3. Capacidad para trabajar en equipos multidisciplinares y multiculturales, y colaborar eficazmente con otras personas.
4. Capacidad para transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.
5. Capacidad de Desarrollo de aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

COMPETENCIAS ESPECIFICAS

1. Capacidad para el desarrollo de nuevas líneas, procesos, proyectos y productos.
2. Capacidad de trabajo en equipo.

3. Capacidad y habilidad para expresarse con fluidez y eficacia comunicativa, mediante lenguajes gráficos y simbólicos, y mediante la expresión oral y escrita.

3.2_Objetivos (Conceptuales, procedimentales y actitudinales).

OBJETIVOS GLOBALES DE LA ASIGNATURA

Que el alumno se acerque a los principios teóricos y prácticos básicos del diseño y de la comunicación de políticas públicas.

OBJETIVOS GLOBALES TEORÍA

Obtener un conocimiento integral del contexto social y organizacional en el que se desarrolla la comunicación política y/o institucional para poder identificar públicos, interlocutores, actores y agentes de la comunicación, así como las herramientas comunicativas que se requieren para interactuar con cada uno.

Capacitar a especialistas en el ámbito del marketing y la comunicación pública que faciliten la interacción entre la corporación y sus públicos de interés.

Formar en estrategias de marketing y de branding capaces de establecer estrategias de desarrollo territorial.

Capacitar en las técnicas para activador relatos diferenciales que permitan el posicionamiento competitivo de una ciudad, región o país.

Formar a especialistas en el ámbito de la comunicación política preparados para diseñar estrategias que den viabilidad a ideas políticas y a sus representantes.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS TEORÍA

1. Comprender el comportamiento de los actores políticos.
2. Conocer las técnicas de comunicación pública y política.
3. Argumentar desde diferentes perspectivas teóricas
4. Interpretar textos políticos actuales en diferentes claves ideológicas. Ser capaz de argumentar desde diferentes posiciones teóricas
5. Interpretar fenómenos políticos y sociales

OBJETIVOS GLOBALES PRÁCTICA

1. Analizar pormenorizadamente el proceso de creación de políticas públicas.
2. Despertar su espíritu crítico

3. Trabajar en grupo
4. Analizar y sintetizar
5. Buscar información relevante para detectar oportunidades de marketing.
6. Fomentar el esfuerzo personal y el sentido de la responsabilidad.

4_ CONTENIDOS.

4.1_ TEORIA

Unidad didáctica 1.

Contexto sociopolítico. Actores públicos y privados del contexto.

Unidad didáctica 2.

Marketing Público. Marketing de los servicios públicos. Marketing territorial. Place Branding.

Unidad didáctica 3.

Comunicación Institucional.

Unidad didáctica 4.

Comunicación Política.

4.2_ PRÁCTICA

Unidad didáctica 1.

Análisis de textos y diversas investigaciones sociopolíticas.

Unidad didáctica 2.

Estudios del caso de marcas territorio.

Unidad didáctica 3.

Diversas prácticas sobre las estrategias de comunicación pública de instituciones.

Unidad didáctica 4.

Diversas prácticas sobre Análisis de marcos y estrategias de campaña.

5_ METODOLOGÍA

5.1_ PRESENCIAL

Continúa, participativa, experiencial

5.2_ A DISTANCIA

Continúa, participativa, experiencial

5.3_ ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD

En el caso de contar con alumnos con capacidades distintas se adecuará la metodología y presentación de contenidos a sus necesidades.

6_ RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1. Desarrollar nuevas marcas, procesos, proyectos y productos.
2. Fomentar el trabajo en equipo.
3. Expresarse con fluidez y eficacia comunicativa, mediante lenguajes gráficos y simbólicos, y mediante la expresión oral y escrita.
4. Desarrollar estrategias competitivas.

7_ SISTEMA DE EVALUACIÓN

7.1_ PRESENCIAL

La evaluación de los alumnos constará de 3 partes: 1. Examen: 50% de la nota final 2. Prácticas semanales y lecturas obligatorias: 40% de la nota final 3. Asistencia a seminarios y participación en clase 10% de la nota final.

7.2_ A DISTANCIA

La evaluación de los alumnos constará de 3 partes: 1. Examen: 50% de la nota final 2. Prácticas semanales y lecturas obligatorias: 40% de la nota final 3. Asistencia a seminarios y participación en clase 10% de la nota final.

Esta adenda cumple con dos objetivos:

1. Recoge la información adicional necesaria para complementar a la guía docente de la asignatura.
2. Proporciona las indicaciones que serían de aplicación en caso de que los rebrotes por Covid-19 obliguen de nuevo al confinamiento de la población y a la adaptación inmediata de la docencia universitaria durante el curso 2020/21, al formato no presencial.

1. *Información complementaria a la guía docente*

La guía docente a la que complementa esta adenda está definida sobre la base de la **realización presencial** de todos o la mayoría posible **de los créditos prácticos**, y un sistema de **evaluación presencial**.

En lo que respecta a la impartición de **los créditos teóricos**, por razones de aforo de las aulas y cumplimiento de las distancias de seguridad exigidas por las autoridades sanitarias, queda establecida inicialmente **en modalidad**⁽¹⁾:

X PRESENCIAL

X ONLINE

- 1.** Una vez iniciada la docencia del semestre la modalidad seleccionada deberá mantenerse durante la totalidad del mismo, independientemente de que se declare el fin de la pandemia. Solamente, en el hipotético caso de que se declarase el fin de la pandemia y la vuelta a la normalidad pre-Covid19 antes de que se inicie el semestre, la asignatura volvería a impartirse conforme a la modalidad recogida en la memoria de verificación del título: presencial, semipresencial u online, dejando de tener efecto lo recogido en esta adenda..

2. Información aplicable en caso de no presencialidad excepcional por Covid-19

En el caso de que se reproduzca la situación de aislamiento social excepcional por el COVID-19, y sea necesario continuar la actividad docente de esta asignatura (en todas sus facetas, teórica, práctica y de evaluación), en formato no presencial durante el tiempo que corresponda del curso 2020/2021 serán de aplicación los siguientes cambios en la guía docente de la asignatura que se concretan como adenda a la misma.

METODOLOGÍA PARA DOCENCIA NO PRESENCIAL

Actividades formativas (incluyendo tutorías):

Clases de teoría: La docencia se imparte en directo en las franjas establecidas para la asignatura en los horarios oficiales de la titulación, con la participación del estudiantado. Se realiza preferentemente mediante la herramienta Blackboard Collaborative desde el campus virtual. Las sesiones serán grabadas y posteriormente puestas a disposición del estudiantado a través del campus virtual.

Clases prácticas: Las prácticas han sido sustituidas por prácticas equivalentes de resolución grupal preferentemente mediante la herramienta Blackboard Collaborative desde el campus virtual.

Tutorías: Se realizan, a petición del estudiantado, a través de la herramienta Blackboard Collaborative, en horario acordado por profesor-estudiante. Otras se realizan a través del correo electrónico y los foros del Aula Virtual, respondiendo las dudas planteadas.

El Sistema y criterio de evaluación de la asignatura que se ha definido en la guía docente (apartado de Evaluación) será de aplicación durante todo el curso 2020/21 independientemente del formato de presencialidad.

Sistema y criterios de evaluación de la asignatura para todos los alumnos de modalidad presencial y a distancia que cursan la evaluación continua:

La calificación final estará compuesta por tres partes

1. Examen realizado mediante la plataforma Blackboard Colaborative: 50% de la nota final.
2. Prácticas semanales y lecturas obligatorias realizado mediante la plataforma Blackboard Colaborative: 40% de la nota final.
3. Asistencia a seminarios y participación en clase realizado mediante la plataforma Blackboard Colaborative: 10% de la nota final.

Los alumnos que cursan la evaluación no continua deberán realizar un examen final compuesto por 10 preguntas de desarrollo (100%).

CONVOCATORIA DE EXAMEN A DISTANCIA

Características de la prueba de evaluación online y plan de contingencia:

Examen final no presencial realizado mediante la plataforma Blackboard Colaborative: 50% de la nota final.

Si por un motivo tecnológico de fuerza mayor el examen no pudiera realizarse para algún caso, éste quedará sustituido por la entrega de un trabajo individual sobre el análisis de una marca pública (territorio, destino, política, institucional), siguiendo una metodología precisada por la profesora.

El Sistema y criterio de evaluación de la asignatura que se ha definido en la guía docente (apartado de Evaluación) será de aplicación durante todo el curso 2020/21 independientemente del formato de presencialidad.

8_ PLANIFICIACIÓN DE ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

TIPOS DE ACTIVIDADES	HORAS
ASISTENCIA A CLASES TEÓRICAS	40

ASISTENCIA A CLASES PRÁCTICAS	20
ASISTENCIA A SEMINARIOS, CLARLAS O CONFERENCIAS RELACIONADAS CON LA ASIGNATURA	8
PREPARACIÓN CLASES TEORICAS	45
PREPARACIÓN TRABAJO PARA CLASES PRÁCTICAS	45
ASISTENCIA A TUTORIAS	2.5
ESTUDIO DE PREPARACIÓN EXÁMENES	15
VISITA A INSTALACIONES O EMPRESAS	8
REALIZACIÓN DE EXAMENES TEÓRICOS Y PRÁCTICOS	4
TOTAL VOLUMEN TRABAJO ALUMNO	187.5

8.1_PRESENCIAL

Unidad Didáctica 1			Semana 1
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
1. (Capacidad para el desarrollo de nuevas líneas, procesos, proyectos y productos).	Clase Teórica Resolución de Casos. Presentación de Práctica 1. Visualización documentales y debate posterior.	Práctica 1	10%

Unidad Didáctica 1			Semana 2
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
3. (Capacidad y habilidad para expresarse con fluidez y eficacia comunicativa, mediante lenguajes gráficos y simbólicos, y mediante la expresión oral y escrita.) 4. (Capacidad para el desarrollo de estrategias competitivas).	Clase Teórica Resolución de Casos.	Práctica 1	10%

Unidad Didáctica 1			Semana 3
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
1. (Capacidad para el desarrollo de nuevas líneas, procesos, proyectos y productos). 4. (Capacidad para el desarrollo de estrategias competitivas).	Clase Teórica Resolución de Casos. Presentación de Práctica 2. Visualización de Conferencia 2.	Práctica 2	10%

Unidad Didáctica 2			Semana 4
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
<p>3. (Capacidad y habilidad para expresarse con fluidez y eficacia comunicativa, mediante lenguajes gráficos y simbólicos, y mediante la expresión oral y escrita.)</p> <p>4. (Capacidad para el desarrollo de estrategias competitivas).</p>	<p>Clase Teórica Resolución de Casos.</p>	<p>Práctica 2</p>	<p>10%</p>

Unidad Didáctica 3			Semana 5
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
<p>1. (Capacidad para el desarrollo de nuevas líneas, procesos, proyectos y productos).</p> <p>4. (Capacidad para el desarrollo de estrategias competitivas).</p>	<p>Clase Teórica Resolución de Casos. Visualización de TED 3.</p>	<p>Práctica 3</p>	<p>10%</p>

Unidad Didáctica 4			Semana 6
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
<p>3.- (Capacidad y habilidad para expresarse con fluidez y eficacia comunicativa, mediante lenguajes gráficos y simbólicos, y mediante la expresión oral y escrita.)4. (Capacidad para el desarrollo de estrategias competitivas).</p>	<p>Clase Teórica Resolución Visualización del TED 5</p>	<p>Práctica 3</p>	<p>10%</p>

Unidad Didáctica 4			Semana 7
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
3.- (Capacidad y habilidad para expresarse con fluidez y eficacia comunicativa, mediante lenguajes gráficos y simbólicos, y mediante la expresión oral y escrita.)	Clase Teórica Resolución de Casos.	Práctica 4	10%

Unidad Didáctica 5			Semana 8
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
3.- (Capacidad y habilidad para expresarse con fluidez y eficacia comunicativa, mediante lenguajes gráficos y simbólicos, y mediante la expresión oral y escrita.)	Clase Teórica Resolución de Casos.	Práctica 5	10%

Unidad Didáctica 5			Semana 9
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
3.- (Capacidad y habilidad para expresarse con fluidez y eficacia comunicativa, mediante lenguajes gráficos y simbólicos, y mediante la expresión oral y escrita.)	Clase Teórica Resolución de Casos.	Práctica 5	10%

Unidad Didáctica 5			Semana 10
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
2. (Capacidad de trabajo en equipo).	Análisis de textos	Práctica 5	10%

Unidad Didáctica 5			Semana 11
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
2. (Capacidad de trabajo en equipo).	Análisis de textos	Práctica 5	10%

Unidad Didáctica 5			Semana 12
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
3.- (Capacidad y habilidad para expresarse con fluidez y eficacia comunicativa, mediante lenguajes gráficos y simbólicos, y mediante la expresión oral y escrita.)	Clase Teórica Resolución de Casos	Práctica 5	10%

Unidad Didáctica 5			Semana 13
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
3.- (Capacidad y habilidad para expresarse con fluidez y eficacia comunicativa, mediante lenguajes gráficos y simbólicos, y mediante la expresión oral y escrita.)	Clase Teórica Resolución de Casos.	Práctica 5	10%
2. (Capacidad de trabajo en equipo).			

			Semana 14
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
<p>3. (Capacidad y habilidad para expresarse con fluidez y eficacia comunicativa, mediante lenguajes gráficos y simbólicos, y mediante la expresión oral y escrita.)</p> <p>2. (Capacidad de trabajo en equipo).</p>	<p>Clase Teórica Resolución de Casos</p>	<p>Práctica 5</p>	<p>10%</p>

			Semana 15
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
<p>1. Capacidad para el desarrollo de nuevas líneas, procesos, proyectos y productos.</p> <p>4. (Capacidad para el desarrollo de estrategias competitivas).</p>	<p>Examen Final de la Asignatura</p>		<p>50%</p>

8.2_A DISTANCIA

Unidad Didáctica 1			Semana 1
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
1. (Capacidad para el desarrollo de nuevas líneas, procesos, proyectos y productos)	Clase Teórica Resolución de Casos.	Práctica 1	10%

Unidad Didáctica 1			Semana 2
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
3. (Capacidad y habilidad para expresarse con fluidez y eficacia comunicativa, mediante lenguajes gráficos y simbólicos, y mediante la expresión oral y escrita.) 4. (Capacidad para el desarrollo de estrategias competitivas).	Clase Teórica Resolución de Casos.	Práctica 1	10%

Unidad Didáctica 1			Semana 3
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
1. (Capacidad para el desarrollo de nuevas líneas, procesos, proyectos y productos). 4. (Capacidad para el desarrollo de estrategias competitivas).	Clase Teórica Resolución de Casos.	Práctica 2	10%

Unidad Didáctica 2			Semana 4
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
<p>3. (Capacidad y habilidad para expresarse con fluidez y eficacia comunicativa, mediante lenguajes gráficos y simbólicos, y mediante la expresión oral y escrita.)</p> <p>4. (Capacidad para el desarrollo de estrategias competitivas).</p>	<p>Clase Teórica Resolución de Casos.</p>	<p>Práctica 2</p>	<p>10%</p>

Unidad Didáctica 3			Semana 5
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
<p>1. (Capacidad para el desarrollo de nuevas líneas, procesos, proyectos y productos).</p> <p>4. (Capacidad para el desarrollo de estrategias competitivas).</p>	<p>Clase Teórica Resolución de Casos.</p>	<p>Práctica 3</p>	<p>10%</p>

Unidad Didáctica 4			Semana 6
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
<p>3.- (Capacidad y habilidad para expresarse con fluidez y eficacia comunicativa, mediante lenguajes gráficos y simbólicos, y mediante la expresión oral y escrita.)</p> <p>4. (Capacidad para el desarrollo de estrategias competitivas).</p>	<p>Clase Teórica Resolución Casos 5</p>	<p>Práctica 3</p>	<p>10%</p>

Unidad Didáctica 4			Semana 7
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
3.- (Capacidad y habilidad para expresarse con fluidez y eficacia comunicativa, mediante lenguajes gráficos y simbólicos, y mediante la expresión oral y escrita.)	Clase Teórica Resolución de Casos	Práctica 4	10%

Unidad Didáctica 5			Semana 8
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
3.- (Capacidad y habilidad para expresarse con fluidez y eficacia comunicativa, mediante lenguajes gráficos y simbólicos, y mediante la expresión oral y escrita.)	Clase Teórica Resolución de Casos.	Práctica 5	10%

Unidad Didáctica 5			Semana 9
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
3.- (Capacidad y habilidad para expresarse con fluidez y eficacia comunicativa, mediante lenguajes gráficos y simbólicos, y mediante la expresión oral y escrita.)	Clase Teórica Resolución de Casos.	Práctica 5	10%

Unidad Didáctica 5			Semana 10
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
4. (Capacidad para el desarrollo de estrategias competitivas).	Análisis de textos.	Práctica 5	10%

Unidad Didáctica 5			Semana 11
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
4. (Capacidad para el desarrollo de estrategias competitivas).	Análisis de textos.	Práctica 5	10%

Unidad Didáctica 5			Semana 12
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
3.- (Capacidad y habilidad para expresarse con fluidez y eficacia comunicativa, mediante lenguajes gráficos y simbólicos, y mediante la expresión oral y escrita.)	Clase Teórica Resolución de Casos	Práctica 5	10%

Unidad Didáctica 5			Semana 13
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
3.- (Capacidad y habilidad para expresarse con fluidez y eficacia comunicativa, mediante lenguajes gráficos y simbólicos, y mediante la expresión oral y escrita.)	Clase Teórica Resolución de Casos	Práctica 5	10%

			Semana 14
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
3. (Capacidad y habilidad para expresarse con fluidez y eficacia comunicativa, mediante lenguajes gráficos y simbólicos, y mediante la expresión oral y escrita.)	Clase Teórica Resolución de Casos. Resolución de Práctica 5	Práctica 5	10%

			Semana 15
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
1. Capacidad para el desarrollo de nuevas líneas, procesos, proyectos y productos. 4. (Capacidad para el desarrollo de estrategias competitivas).		Examen Final de la Asignatura	50%

**FECHAS DE ENTREGA DE LAS PRÁCTICAS Y SEMINARIOS EN LA PLATAFORMA
VIRTUAL ALUMNOS PRESENCIALES Y A DISTANCIA:**

PRÁCTICA 1 – 5 DE OCTUBRE

PRÁCTICA 2 – 26 DE OCTUBRE

PRÁCTICA 3 – 16 DE NOVIEMBRE

PRÁCTICA 4 – 30 DE NOVIEMBRE

PRÁCTICA 5 – 14 DE DICIEMBRE

9.-BIBLIOGRAFÍA RECOMENDADA

9.1_GENERAL

Cerdá Bertomeu, M.J. y Sarabia Sánchez, F.J. (2016). Stakeholders' perceptions of place branding and the role of the public sector: An exploratory analysis. *Place Branding and Public Diplomacy*, Vol. 12 (4), pp. 299-313.

Zeraoui, Z. y Castillo Villar, F.R. (2016). La paradiplomacia de la ciudad. Una estrategia de desarrollo urbano. *Revista del CLAD Reforma y Democracia*, No. 65, pp. 225-242.

Sarabia Sánchez, F.J y Cerdá Bertomeu, M.J. (2018). Expert stakeholders' expectations of how the public sector should act in place branding projects. *Journal of Place Management Development*, Vol. 11 N° 1, pp. 78-96.

Richards, G. (2017). From place branding to placemaking: The role of events. *International Journal of Event and Festival Management*, 8(1), 1-20.

Morillo. Ch. (2018). *Marca Barcelona. Creación de una identidad*. Profit Editorial.

9.2_POR TEMAS

Unidad didáctica 1

Ballester Espinosa, A. (2019). *La Comunicación de las Administraciones Públicas españolas en el S. XXI* (tesis doctoral). Universidad de Navarra.

Unidad didáctica 2

Canel Crespo, M.J. (2018). *La comunicación de la administración pública española. Para gobernar con la sociedad*. Fondo de Cultura Económica.

Canel, M.J., Piqueiras, P. y Ortega, G. (eds.). (2017). *La comunicación de la Administración Pública: conceptos y casos prácticos de bienes intangibles*. INNAP Investiga.

Unidad didáctica 3

Ladrón de Guevara Muñoz, L. (2019) *¿Qué es la comunicación pública?: cocreando democráticamente desde la administración y con la ciudadanía*. Serie Síntesis. Unión Iberoamericana de Municipalistas.

Unidad didáctica 4

Monge, C. y Oliván, R. (2019). *Hackear la política*. Gedisa editorial.

3.