



Dpto. de Sociología VI (Opinión Pública y Cultura de Masas)
Ciudad Universitaria. 28040 Madrid



Máster Estudios Avanzados en
Comunicación Política

TRABAJOS FIN DE MASTER CURSO 2013-14

CONVOCATORIA FEBRERO

ALUMNO	TITULO	TUTOR
Yang Zhang	La comunicación de crisis y la comunicación estratégica. Un estudio de caso: la Cruz Roja China	Javier del Rey
Estefania Luzuriaga	Revolución ciudadana; Una mirada desde los discursos sociales	Angel Zurdo

CONVOCATORIA JUNIO

ALUMNO	TITULO	TUTOR
Fernando Martin Hermida	Anexo: Problema de la Comunicación política en los procesos de primarias. Estudio del caso de las elecciones primarias presidenciales del Partido Demócrata de Estados Unidos en 2008	José A. Ruiz San Román
Rebeca González González	Anexo: La imagen de Alberto Nuñez Feijoo. Propuesta de un Plan de Comunicación.	Francisco del Rey
Daniela Jaramillo Sotomayor	Nuevas formas de comunicación política populista: el liderazgo de Rafael Correa	Félix Ortega
Diego Lopez Vallejo	Consumo de información política en España y desafección política	José A. Ruiz San Román
Fernando Martin Hermida	Problemas de la comunicación política en los procesos de primarias. Estudio del caso de las elecciones primarias presidenciales del Partido Demócrata de Estados Unidos en 2008	José A. Ruiz San Román
M ^a Jose Ramirez Campos	Alvaro Noboa: Campañas electorales en Ecuador y Biografía Política	Javier del Rey

CONVOCATORIA SEPTIEMBRE

ALUMNO	TITULO	TUTOR
Sara González Galán	Situación de partidos en España, crisis y cambio. Oportunidades para las formaciones políticas minoritarias, Estudio de caso: partido castellano	Juan I. Rospir
Sandra Hidalgo Rosa	Podemos, de movimiento social a partido político. Análisis de su irrupción en el panorama político español y su papel en la recomposición de la izquierda española y la desafección política actual	Juan I. Rospir.
M ^a Jose Naranjo Cuesta	La comunicación política del "líder de los pobres" Abdalá Bucaram	Félix Ortega
Janeth Yovani Villegas Arteaga	La Comunicación política en las redes sociales: análisis de la red social LinkedIn como espacio de comunicación política en España, Estados Unidos, Noruega y Colombia	Juan I. Rospir
Carmen M ^a Arcos Serrano	Estrategias de comunicación de Artur Mas en torno al nacionalismo catalán	Javier del Rey
Jessica Murillo Avila	Miopía social ante la violencia de género en España. La violencia machista en las tres agendas de la comunicación política	Enrique Gil Calvo
Alejandro Gonzalez Pérez	La utilización de un relato familiar como eje de campaña: el caso de Bill de Blasio	Félix Ortega
Barbara Lopez Castro	El voto económico en las elecciones generales de 2011	Ignacio Urquizu
Elisabeth Nogales	La mediatización como factor clave para el desarrollo de la desafección política	Jose Luis Dader