



Estudios Avanzados en Comunicación Política
Máster Oficial

ACTA COMISIÓN DE MÁSTER

Fecha

24/03/2017

Hora

10,00 horas

Asistentes

Antón R. Castromil, Aina López, Ángel Zurdo, José Luis Dader, María Luz Morán,
José Antonio Ruiz, Luis García Tójar

Orden del día

1. Lectura y aprobación del acta de la reunión anterior
 2. Cambio de nombre de asignaturas del Máster de cara al próximo curso 2017/2018
 3. Aprobación, si procede, de los títulos de los diferentes TFMs presentados por los alumnos para el curso 2016/2017
 4. Informe del Coordinador del Máster
 5. Asuntos de trámite
 6. Ruegos y preguntas
-

Acuerdos

PUNTO 1. Se aprueba el acta de la reunión anterior

PUNTO 2. Se aprueban los cambios (menores) de denominación de asignaturas del Máster para el curso 2017/2018 propuestos por los siguientes profesores:

“Marketing político, mediatización y ciberpolítica”, José Luis Dader

“Partidos, ideologías y liderazgo políticos”, Emilio Martínez

“Agendas encuadres y comunicación política”, Antón R. Castromil

Por indicación del profesor Emilio Martínez se insta al Coordinador del Máster a corregir un error en la denominación de su asignatura propuesta (el error: “Partidos, ideologías y liderazgo político”, en singular).

El Coordinador tomará las medidas oportunas para subsanar tal error.

PUNTO 3. Se aprueba la siguiente relación de títulos de trabajos TFMs para el curso 2016/2017:

ACTA COMISIÓN DE MÁSTER

ALUMNO	TÍTULO	TUTOR
Zijlstra Fortuni, Natacha	Nuevos valores, esfera pública y comportamiento electoral: el auge del PACMA	Aina López
Gutiérrez Cobo, Carolina	La reforma laboral del Partido Popular (2012) en la comunicación de los principales partidos políticos españoles: las elecciones legislativas de 2015 y 2016	Aina López
García Robles, Carmen	Análisis del discurso publicitario en campaña electoral: la utilización el storytelling como estrategias de marketing político	Ángel Zurdo
Campillo Sánchez, Laura	Género y comunicación política: la estrategia de "feminización" en Podemos	Ángel Zurdo
Levin Jundengloben, Manuel	Libertad de izquierdas y libertad de derechas. Análisis del marco de libertad en comunicación política	Ángel Zurdo
Molina Molina, Ainoa	Estrategias diferenciales de comunicación política en el ámbito rural español: estudio de caso de los jóvenes de Baza (Granada)	Ángel Zurdo
Sandoval Quiroz, Javiera	Teoría del framing: "Los encuadres mediáticos en el debate sobre despenalización del aborto en tres supuestos en Chile"	Antón R. Castromil
Chacon Yela, Saskia Liliana	Análisis del negativismo mediático en las elecciones generales de Ecuador (2017)	Antón R. Castromil
Bogdanova Ribarska, Emili	De empresario de éxito a 45 presidente de Estados Unidos. Análisis de la imagen y la trayectoria de Donald Trump	Antón R. Castromil
Capel Dorado, Pablo	Estrategias de comunicación frente a la . retórica populista	Félix Ortega
Gualda Camacho, Jose	Argumentación y emociones en la comunicación política	Félix Ortega
Mediavilla Gonzalez, Jesus	Comunicación política y liderazgo. El caso de Miguel Ángel Revilla	Félix Ortega
Sanz Blanco, Alberto	Las tertulias televisivas como estrategia de comunicación política. El caso de "la sexta noche"	Félix Ortega
Gonzalez García, Héctor	La estrategia de comunicación de Marine Le Pen en las	Félix

ACTA COMISIÓN DE MÁSTER

	elecciones presidenciales francesas de 2017	Ortega
Luna Aguilera, Jose Antonio	El humor como vía periférica de persuasión política	Jars
López Sánchez, Fco. Ramón	Agenda pública ¿existen demandas políticas de extrema derecha en España?	Jars
García Ayllon, Vicente	Marketing político en las elecciones generales de 2015: Análisis del Partido Popular y Ciudadanos	Javier del Rey
Ortega Chiveli, Claudia	La estrategia comunicativa de los candidatos a la secretaria general del PSOE	Javier del Rey
Pozo Fernández, Desirée	Análisis de la candidatura de Mónica Oltra a la Generalitat Valenciana en 2015	Javier del Rey
Ballesteros Malagón, Alejandro	Estrategia de comunicación y movimiento político de la figura de Bernie Sanders	Javier del Rey
Carnicero Arcos, Salvador	Análisis de una campaña política desde la teoría del encuadre. Pedro Sánchez en las primarias socialistas del 2017	Javier del Rey
Almendros Alguacil, Raquel	Estrategia de comunicación política conjunta para las candidaturas del cambio	Javier del Rey
Jaimes Roa, Manuel Guillermo	El plebiscito por la paz en Colombia, un análisis desde el marketing político	Javier del Rey
Alvarez Rodríguez, Paloma	Pedro Sánchez: de mártir a "candidato de la militancia". Un análisis desde el marketing político	Javier del Rey
Galvin Benítez, Angy	La coerción de la Junta Electoral Central sobre la información televisiva de las campañas electoral en España	Jose L. Dader
Ruiz Azcoaga, Sergio	Fuentes selectivas en la construcción de relatos mediáticos en torno al conflicto sirio	Jose L. Dader
Muñoz Jiménez, Diego	La comunicación local de gobierno en el Ayuntamiento de Ávila: sus funciones y necesidades para su aplicación en una plataforma digital	Jose L. Dader
Mur García, Christian	Análisis de las estrategias de comunicación política en la Italia fascista	Juan I. Rospir
Castro Yébenes, Miguel	Efectos de las TIC en la comunicación política local	Lourdes

ACTA COMISIÓN DE MÁSTER

		Vinuesa
Sevilla Mota, Lucía	La comunicación política con perspectiva de género: mujeres en política y medios de comunicación	Lourdes Vinuesa
Pardo Vila, Laura María	La espiral del silencio en los votantes del Partido Popular	Lourdes Vinuesa
Blasco Gamero, Alejandro	Pepe Mujica: la mediatización del carisma de izquierda	Luis G ^a Tojar
García Durán, Alberto	La construcción mediática del liderazgo de Iñigo Errejón	Luis G ^a Tojar
Bobaryn López, Freddy Martín	Los medios de comunicación como herramienta para la fabricación del carisma: Estudio de caso del programa "La tuerca"	Luis G ^a Tojar
Roger Gasca, Andrea	Construcción mediática del género en política: campaña electoral municipal Madrid 2015	Roxana Sosa
Zapata Clavería, Violeta	Despolitización de la mujer en la prensa española. Mapa autonómico del tratamiento de la mujer en la esfera política	Roxana Sosa
Carrasco Navarro, Lara	Comunicación política y género: estrategias comunicativas de la política española para la consecución de la igualdad	Roxana Sosa
Guerrero Gallardo, M ^a Cristina	La construcción de frames en base a los significantes vacíos y los sesgos de percepción	

PUNTO 4. El Coordinador del Máster informa de la posibilidad de que los alumnos publiquen sus respectivos TFMs en el repositorio de material académico de la UCM e-prints.

La Comisión acuerda que el Coordinador recuerde a los alumnos tras cada tribunal tal posibilidad, pues ello dará más visibilidad al Máster



Estudios Avanzados en Comunicación Política
Máster Oficial

ACTA COMISIÓN DE MÁSTER

PUNTO 5. Se establecen los siguientes acuerdos en cuestiones de trámite:

Se establecen las fechas de entrega y defensa de los TFM's en junio:

Entrega: Hasta el 26 de junio

Defensa: Semana 10-14 de julio

(el Coordinador de mutuo acuerdo con los miembros del tribunal buscará fecha exacta)

Y septiembre:

Entrega: Hasta el 8 de septiembre

Defensa: 21 de septiembre

PUNTO 6. La profesora M^a Luz Morán propone realizar una jornada de bienvenida a los alumnos del Máster de nuevo ingreso en el curso 2017/2018. La Comisión acepta de propuesta e insta al Coordinador a organizar tal jornada el primer día lectivo del siguiente curso.

El Coordinador opina que el día más adecuado para realizar tal jornada sería el que coincida con la bienvenida del Decano, generalmente el primer día de clase del curso

Firmado, en el día de la fecha, el Coordinador

Fdo. Prof. D. Dr. Antón R. Castromil