

Máster en Comunicación y Marketing Político + 60 Créditos ECTS





Elige aprender en la escuela
líder en formación online

ÍNDICE

1 | Somos Ineaf

2 | Alianza

3 | Rankings

4 | Alianzas y acreditaciones

5 | By EDUCA
EDTECH
Group

6 | Metodología

7 | Razones por las que elegir Ineaf

8 | Financiación y Becas

9 | Metodos de pago

10 | Programa Formativo

11 | Temario

12 | Contacto



SOMOS INEAF

INEAF es una institución especializada en **formación online fiscal y jurídica**. El primer nivel de nuestro claustro y un catálogo formativo en constante actualización nos hacen convertirnos en una de las principales instituciones online del sector.

Los profesionales en activo y recién graduados reciben de INEAF una alta cualificación que se dirige a la formación de especialistas que se integren en el mercado laboral o mejoren su posición en este. Para ello, empleamos **programas formativos prácticos y flexibles con los que los estudiantes podrán compaginar el estudio con su vida personal y profesional**. Un modelo de formación que otorga todo el protagonismo al estudiante.

Más de

18

años de
experiencia

Más de

300k

estudiantes
formados

Hasta un

98%

tasa
empleabilidad

Hasta un

100%

de financiación

Hasta un

50%

de los estudiantes
repite

Hasta un

25%

de estudiantes
internacionales





Fórmate, crece, desafía lo convencional,
Elige INEAF

ALIANZA INEAF Y UNIVERSIDAD DE NEBRIJA

INEAF y la Universidad Católica de Murcia sellan una colaboración estratégica. Esta asociación entre el Instituto Europeo de Asesoría Fiscal y la UCAM promueve un enfoque colaborativo, innovador y accesible para la educación, adaptado a las necesidades individuales de los estudiantes.

Ambas instituciones priorizan una enseñanza práctica y ajustable, acorde a las exigencias del entorno laboral actual, y que fomente el crecimiento personal y profesional de cada estudiante. El propósito es impulsar nuevos saberes de forma dinámica y didáctica, facilitando su retención y contribuyendo a adquirir las habilidades necesarias para adecuarse a una sociedad en constante evolución.

INEAF y la UCAM se comprometen principalmente con la democratización del conocimiento, buscando extenderlo incluso a zonas remotas y aprovechando los últimos avances tecnológicos. De esta manera, los convenios estratégicos con empresas y despachos de referencia nos permiten enriquecer todas las colaboraciones, publicaciones y eventos de INEAF con un impacto especial.



UCAM
UNIVERSIDAD
CATÓLICA DE MURCIA



INEAF
BUSINESS SCHOOL



INEAF
BUSINESS SCHOOL

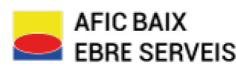
RANKINGS DE INEAF

La empresa **INEAF** ha conseguido el reconocimiento de diferentes rankings a nivel nacional e internacional, gracias a sus programas formativos y flexibles, así como un modelo de formación en el que el alumno es el protagonista.

Para la elaboración de estos rankings, se emplean indicadores como la reputación online y offline, la calidad de la institución, el perfil de los profesionales.



ALIANZAS Y ACREDITACIONES



BY EDUCA EDTECH

INEAF es una marca avalada por **EDUCA EDTECH Group**, que está compuesto por un conjunto de experimentadas y reconocidas **instituciones educativas de formación online**. Todas las entidades que lo forman comparten la misión de **democratizar el acceso a la educación** y apuestan por la transferencia de conocimiento, por el desarrollo tecnológico y por la investigación.



ONLINE EDUCATION



METODOLOGÍA LXP

La metodología **EDUCA LXP** permite una experiencia mejorada de aprendizaje integrando la AI en los procesos de e-learning, a través de modelos predictivos altamente personalizados, derivados del estudio de necesidades detectadas en la interacción del alumnado con sus entornos virtuales.

EDUCA LXP es fruto de la **Transferencia de Resultados de Investigación** de varios proyectos multidisciplinares de I+D+i, con participación de distintas Universidades Internacionales que apuestan por la transferencia de conocimientos, desarrollo tecnológico e investigación.



1. Flexibilidad

Aprendizaje 100% online y flexible, que permite al alumnado estudiar donde, cuando y como quiera.



2. Accesibilidad

Cercanía y comprensión. Democratizando el acceso a la educación trabajando para que todas las personas tengan la oportunidad de seguir formándose.



3. Personalización

Itinerarios formativos individualizados y adaptados a las necesidades de cada estudiante.



4. Acompañamiento / Seguimiento docente

Orientación académica por parte de un equipo docente especialista en su área de conocimiento, que aboga por la calidad educativa adaptando los procesos a las necesidades del mercado laboral.



5. Innovación

Desarrollos tecnológicos en permanente evolución impulsados por la AI mediante Learning Experience Platform.



6. Excelencia educativa

Enfoque didáctico orientado al trabajo por competencias, que favorece un aprendizaje práctico y significativo, garantizando el desarrollo profesional.



Programas
PROPIOS
UNIVERSITARIOS
OFICIALES

RAZONES POR LAS QUE ELEGIR INEAF

1. Nuestra Experiencia

- ✓ Más de **18 años** de experiencia
- ✓ Más de **300.000** alumnos ya se han formado en nuestras aulas virtuales
- ✓ Alumnos de los 5 continentes
- ✓ **25%** de alumnos internacionales.
- ✓ **97%** de satisfacción
- ✓ **100% lo recomiendan.**
- ✓ Más de la mitad ha vuelto a estudiar en INEAF.

2. Nuestro Equipo

En la actualidad, INEAF cuenta con un equipo humano formado por más de **400 profesionales**. Nuestro personal se encuentra sólidamente enmarcado en una estructura que facilita la mayor calidad en la atención al alumnado.

3. Nuestra Metodología



100% ONLINE

Estudia cuando y desde donde quieras. Accede al campus virtual desde cualquier dispositivo.



APRENDIZAJE

Pretendemos que los nuevos conocimientos se incorporen de forma sustantiva en la estructura cognitiva



EQUIPO DOCENTE

INEAF cuenta con un equipo de profesionales que harán de tu estudio una experiencia de alta calidad educativa.



NO ESTARÁS SOLO

Acompañamiento por parte del equipo de tutorización durante toda tu experiencia como estudiante



4. Calidad AENOR

- ✓ Somos Agencia de Colaboración N°99000000169 autorizada por el Ministerio de Empleo y Seguridad Social.
- ✓ Se llevan a cabo auditorías externas anuales que garantizan la máxima calidad AENOR.
- ✓ Nuestros procesos de enseñanza están certificados por **AENOR** por la ISO 9001.



5. Confianza

Contamos con el sello de **Confianza Online** y colaboramos con la Universidades más prestigiosas, Administraciones Públicas y Empresas Software a nivel Nacional e Internacional.



6. Somos distribuidores de formación

Como parte de su infraestructura y como muestra de su constante expansión Euroinnova incluye dentro de su organización una **editorial y una imprenta digital industrial**.

FINANCIACIÓN Y BECAS

Financia tu cursos o máster y disfruta de las becas disponibles. ¡Contacta con nuestro equipo experto para saber cuál se adapta más a tu perfil!

25% Beca
ALUMNI

20% Beca
DESEMPLEO

15% Beca
EMPRENDE

15% Beca
RECOMIENDA

15% Beca
GRUPO

20% Beca
FAMILIA
NUMEROSA

20% Beca
DIVERSIDAD
FUNCIONAL

20% Beca
PARA PROFESIONALES,
SANITARIOS,
COLEGIADOS/AS



MÉTODOS DE PAGO

Con la Garantía de:



Fracciona el pago de tu curso en cómodos plazos de forma segura.



Nos adaptamos a todos los métodos de pago internacionales:



y muchos mas...



Máster en Comunicación y Marketing Político + 60 Créditos ECTS



DURACIÓN
1500 horas



**MODALIDAD
ONLINE**



**ACOMPANIAMIENTO
PERSONALIZADO**



CREDITOS
60 ECTS

Titulación

Titulación Universitaria de Máster de Formación Permanente en Comunicación y Marketing Político con 1500 horas y 60 créditos ECTS por la Universidad Católica de Murcia



Descripción

Una figura política o pública, se encuentra en una posición de alta responsabilidad con amplia visibilidad. Cada una de sus palabras y acciones es analizada por el público, por sus opositores, los medios de comunicación, y otros importantes grupos de interés. Con este Master de Formación Permanente en Comunicación Política aprenderás, entre otras cuestiones, cuáles son las teorías sobre el comportamiento electoral y cómo analizar campañas electorales, todo ello para poder realizar un análisis crítico sobre cualquier candidato. También sabrás analizar el sistema político en el que se presenta, cuál es el papel de los medios de comunicación y la opinión pública, así como la relación entre las políticas públicas y el programa político realizado para la campaña electoral.

Objetivos

- Saber cómo se realiza la elaboración de un mensaje político y cómo se formulan políticas públicas.
- Conocer cuál es la estructura de los mass media y cómo procesa la información la opinión pública.
- Tener la posibilidad de realizar un análisis del discurso político realizado a través de los medios.
- Saber cuáles son las estrategias de marketing en el ámbito político.
- Asimilar cómo funciona el comportamiento electoral y saber evaluar los resultados de las campañas electorales.

Para qué te prepara

Este Master de Formación Permanente en Comunicación Política puede ir dirigido a profesionales que trabajen en empresas de marketing y comunicación, a politólogos, a periodistas, y, en definitiva, a cualquier estudiante o profesional que desee desarrollar una carrera profesional en el sector.

A quién va dirigido

Con este Master de Formación Permanente en Comunicación Política tendrás la posibilidad de aprender cómo funciona el marketing político enfocado a la comunicación política, cómo se elabora el mensaje político, cuáles son las teorías fundamentales sobre el comportamiento electoral, así como la importancia de planificar y ejecutar correctamente una campaña electoral y su posterior evaluación.

Salidas laborales

Gracias a este Master de Formación Permanente en Comunicación Política podrás tener varias salidas laborales, ya que su ámbito de actuación es muy amplio: instituciones públicas dedicadas al estudio del

comportamiento electoral, jefe de gabinete de prensa en partidos políticos, consultoría, asesoría política o en agencias de comunicación y marketing político.

TEMARIO

MÓDULO 1. HISTORIA DE LAS IDEAS POLÍTICAS. EL ESTADO Y LOS SISTEMAS POLÍTICOS INTERNACIONALES

UNIDAD DIDÁCTICA 1. NOCIONES BÁSICAS DE CIENCIAS POLÍTICAS

1. Ciencia Política. Concepto y objeto de estudio
2. Origen de la Ciencia Política
3. Métodos de Análisis Usuales
4. Ramas de la Ciencia Política

UNIDAD DIDÁCTICA 2. HISTORIA DE LAS IDEAS POLÍTICAS

1. Introducción a la historia de las Ideas Políticas
2. La antigua Grecia
3. La cultura romana
4. La Edad Moderna
5. La Edad Contemporánea

UNIDAD DIDÁCTICA 3. TEORÍA DEL ESTADO

1. Nociones básicas de la Teoría del Estado
2. La política antes del Estado. La transformación de la estructura política. Teorías

UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL ESTADO MODERNO

1. Desarrollo teórico del Estado Moderno
2. El nacimiento del Estado Moderno

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LOS ELEMENTOS CONSTITUTIVOS DEL ESTADO Y DE LA SOBERANÍA

1. Conceptos
2. Construyendo naciones y fabricando Estados
3. Principio de soberanía
4. Relación entre Estado y políticas públicas
5. Las políticas públicas sobre el Estado

UNIDAD DIDÁCTICA 6. ORGANIZACIÓN DEL ESTADO. INSTITUCIONES POLÍTICAS

1. Institución
2. Instituciones que requiere cualquier democracia
3. Institución política
4. La ética de las instituciones políticas
5. Instituciones excluyentes e instituciones inclusivas

UNIDAD DIDÁCTICA 7. SISTEMAS POLÍTICOS AUTOCRÁTICOS

1. Enfoque comparativo clásico
2. La clasificación en la actualidad. Autocracia vs Democracia
3. Los sistemas políticos autocráticos

UNIDAD DIDÁCTICA 8. SISTEMAS POLÍTICOS DEMOCRÁTICOS

1. La relación entre poderes. Legislativo y ejecutivo
2. Tipos de sistemas
3. Estado liberal, estado socialdemócrata y modelo corporativista

MÓDULO 2. CIENCIAS POLÍTICAS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. POLÍTICA Y PODER

1. Política y Ciencia Política
2. ¿En qué consiste el poder político?
3. Dimensiones de la política
4. Formas de entender la política

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ORGANIZACIÓN POLÍTICA

1. Política antes de la concepción del estado
2. El estado como organización política
3. De monocracia a las poliarquías contemporáneas
4. Regímenes autoritarios y democráticos. Regímenes híbridos

UNIDAD DIDÁCTICA 3. POLÍTICA ESTATAL

1. Elementos constitutivos
2. Instituciones y constituciones estatales
3. Distribución territorial del poder
4. Distribución funcional del poder
5. Relaciones entre instituciones y formas de gobierno

UNIDAD DIDÁCTICA 4. SISTEMAS ELECTORALES, ELECCIONES Y ACTORES POLÍTICOS

1. Concepto y funciones de las elecciones
2. Elementos básicos de un sistema electoral
3. Actores políticos
4. Comunicación política y opinión pública

UNIDAD DIDÁCTICA 5. POLÍTICA COMO ACTIVIDAD

1. Contexto cultural de la política como actividad
2. Valores e ideologías
3. Socialización política

UNIDAD DIDÁCTICA 6. POLÍTICA COMO RESULTADO

1. Las políticas públicas



2. Continuidad y cambio en la política
3. Gobernabilidad y gobernanza

UNIDAD DIDÁCTICA 7. TRANSFORMACIONES DEL ESTADO

1. Funciones del estado en un contexto global
2. Globalización y restricciones globales
3. El régimen internacional de Derechos Humanos
4. Estado y soberanía
5. Concepto de vaciamiento de Estado

MÓDULO 3. ELABORACIÓN DEL MENSAJE POLÍTICO Y FORMULACIÓN DE POLÍTICAS PÚBLICAS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INSTITUCIONES POLÍTICAS Y CARACTERÍSTICAS

1. Institución
2. Instituciones que requiere cualquier democracia
3. Institución política
4. La ética de las instituciones políticas
5. Instituciones excluyentes e instituciones inclusivas

UNIDAD DIDÁCTICA 2. POLÍTICAS PÚBLICAS. TIPOLOGÍA

1. Políticas públicas
2. Tipología de las políticas públicas
3. El ciclo de las políticas públicas
4. Los indicadores en las políticas públicas

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LA POLÍTICA EN EL ÁMBITO SOCIAL

1. Política social
2. Bienestar social
3. Influencia de las grandes corrientes de pensamiento en la Política Social
4. Modelos de Política Social
5. Visiones de la Política Social

UNIDAD DIDÁCTICA 4. POLÍTICA Y EXCLUSIÓN SOCIAL

1. La exclusión social
2. Políticas sociales
3. ¿Cómo medimos la exclusión?
4. Consecuencias de la exclusión social

UNIDAD DIDÁCTICA 5. POLÍTICAS SOCIALES. INFANCIA, JUVENTUD Y TERCERA EDAD

1. Infancia y política social
2. Políticas de familia e infancia
3. La juventud
4. Políticas públicas de juventud
5. Tercera edad



6. Las políticas sociales ante la dependencia

UNIDAD DIDÁCTICA 6. OTRAS POLÍTICAS PÚBLICAS

1. Políticas económicas
2. Políticas de seguridad ciudadana
3. Políticas de medioambiente

UNIDAD DIDÁCTICA 7. RELACIÓN ENTRE POLÍTICAS PÚBLICAS Y COMUNICACIÓN POLÍTICA

1. Determinación del problema y búsqueda de soluciones
2. Modelos decisionales
3. ¿Cómo elegir el mensaje político?
4. Comunicación de la agenda política

MÓDULO 4. MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y OPINIÓN PÚBLICA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. MASS MEDIA

1. Estructura del sistema de medios de comunicación
2. Relación entre la Administración, partidos políticos y medios de comunicación

UNIDAD DIDÁCTICA 2. OPINIÓN PÚBLICA

1. ¿Qué es la opinión pública?
2. Procesamiento de la información
3. Democracia de audiencia
4. Rol de los mass media en la construcción de la opinión pública
5. Ecosistema digital y redes sociales

UNIDAD DIDÁCTICA 3. MEDICIÓN DE LA OPINIÓN PÚBLICA

1. ¿Es posible medir la opinión pública?
2. Herramientas para medir la opinión pública
3. Criterios para evaluar su confiabilidad

UNIDAD DIDÁCTICA 4. COMUNICACIÓN POLÍTICA EN LAS DEMOCRACIAS CONTEMPORÁNEAS

1. Objeto de la comunicación política
2. Los medios de comunicación como actores e intermedairios
3. Periodistas, políticos y opinión pública

UNIDAD DIDÁCTICA 5. EFECTOS DE LA COMUNICACIÓN DE MASAS

1. Efectos de los medios de comun
2. Los efectos cognitivos de la comunicación de masas
3. Agenda setting
4. Newsmaking

UNIDAD DIDÁCTICA 6. MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN CAMPAÑA

1. Funciones en las campañas electorales
2. Perfiles de la campaña
3. Campañas 2.0 y 3.0
4. Advocacy journalism

UNIDAD DIDÁCTICA 7. ANÁLISIS DEL DISCURSO REALIZADO A TRAVÉS DE LOS MEDIOS

1. Análisis del discurso
2. Análisis del discurso político
3. El medio de comunicación del mensaje

UNIDAD DIDÁCTICA 8. DIRECCIÓN Y PLAN DE COMUNICACIÓN POLÍTICA

1. 1.La figura del Director de Comunicación
2. El Plan de Comunicación Política

UNIDAD DIDÁCTICA 9. GESTIÓN DE CRISIS

1. Prevención de situaciones conflictivas
2. Ética y humanismo en comunicación política
3. Habilidades directivas del DIRCOM
4. Gabinete de crisis

MÓDULO 5. MARKETING POLÍTICO ENFOCADO A LA COMUNICACIÓN POLÍTICA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INVESTIGACIÓN APLICADA AL MARKETING POLÍTICO

1. Marketing político y marketing electoral
2. Objetivo de la investigación en marketing político
3. Segmentación y posicionamiento

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

1. El Sistema de información de Marketing
2. El proceso de investigación de mercados
3. La fase previa de la investigación
4. Tipos de investigación de mercados
5. El sector de la investigación de mercados

UNIDAD DIDÁCTICA 3. MÉTODOS PARA LA MEDICIÓN DE LA OPINIÓN PÚBLICA

1. Métodos cuantitativos
2. Métodos cualitativos
3. Apoyo de las estadísticas electorales

UNIDAD DIDÁCTICA 4. BRANDING Y MARCA

1. Branding y creación de marca en el ámbito político
2. La imagen de la marca
3. Marca de partido y marca institucional



UNIDAD DIDÁCTICA 5. LA FIGURA DEL POLÍTICO

1. Imagen pública del político
2. Storytelling del personaje político
3. Disciplina institucional o branding individual
4. Humanización del candidato en campaña

UNIDAD DIDÁCTICA 6. ESTRATEGIAS DE MARKETING EN ÁMBITO POLÍTICO

1. Estrategias de marketing gubernamental
2. Utilización de la publicidad como instrumento comunicativo
3. Creatividad e innovación para el desarrollo de campañas políticas

MÓDULO 6. COMUNICACIÓN POLÍTICA EN ENTORNOS DIGITALES

UNIDAD DIDÁCTICA 1. E-GOVERNMENT

1. ¿Qué es el e-Government?
2. Modificaciones normativas globales
3. Binomio: ¿administrados o clientes?
4. La nueva relación entre ciudadanos y administraciones

UNIDAD DIDÁCTICA 2. CIBERPOLÍTICA Y CIBERDEMOCRACIA

1. Vías de participación de la ciberpolítica y ciberdemocracia
2. Ejemplos de movilizaciones ciberpolíticas

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LA COMUNICACIÓN DIGITAL

1. Personalización de la comunicación política
2. Adaptación a la diversidad

UNIDAD DIDÁCTICA 4. ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN DIGITAL

1. Estrategia de comunicación digital institucional
2. Estrategia de comunicación digital de partidos
3. Social Media Plan

UNIDAD DIDÁCTICA 5. POSICIONAMIENTO EN BUSCADORES

1. Posicionamiento en buscadores y analítica web
2. Herramientas de posicionamiento en buscadores

UNIDAD DIDÁCTICA 6. RIESGOS DE LA COMUNICACIÓN EN ENTORNOS DIGITALES

1. Relación calidad-cantidad de la información
2. Fake news
3. Fact checking

MÓDULO 7. CAMPAÑAS ELECTORALES Y COMPORTAMIENTO ELECTORAL



UNIDAD DIDÁCTICA 1. COMPORTAMIENTO ELECTORAL

1. Modelos sociológico y socio-psicológico
2. Modelos racionales o económicos
3. Estructura social, partidos políticos, cleavages y comportamiento electoral
4. Modernización cultural e individualización de la decisión electoral
5. Diseños institucionales y comportamiento electoral
6. La infraestructura de la decisión electoral y las nuevas democracias

UNIDAD DIDÁCTICA 2. CAMPAÑAS ELECTORALES

1. Tipos de campañas
2. Impacto real sobre la intención de voto
3. Marco regulatorio y limitaciones
4. La financiación de la campaña

UNIDAD DIDÁCTICA 3. PLANIFICACIÓN DE CAMPAÑAS ELECTORALES

1. Análisis y planificación de campañas electorales
2. Definición de la estrategia electoral y del plan
3. El programa electoral
4. El candidato y el slogan

UNIDAD DIDÁCTICA 4. EJECUCIÓN DE LA CAMPAÑA

1. Publicidad gráfica
2. El papel de los medios durante el periodo electoral

UNIDAD DIDÁCTICA 5. ALCANCE DE LA CAMPAÑA

1. Campañas regionales y locales
2. Campañas nacionales
3. 3.. Campañas comunitarias

UNIDAD DIDÁCTICA 6. EVALUACIÓN DE RESULTADOS DE LAS CAMPAÑAS ELECTORALES

1. ¿Cómo evaluar el resultado de la campaña?
2. Análisis de campañas electorales significativas

UNIDAD DIDÁCTICA 7. DATA SCIENCE EN COMUNICACIÓN POLÍTICA

1. Aplicación del Data Science en el análisis y comunicación política
2. Análisis sociopolítico de las redes sociales
3. Interpretación, tratamiento y extracción de conclusiones

UNIDAD DIDÁCTICA 8. BIG DATA PARA CONOCER A LOS ELECTORES

1. ¿Qué es el Big Data?
2. El Big Data y la política
3. Microtargeting y la ciencia predictiva

MÓDULO 8. PROYECTO FIN DE MÁSTER

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL DESARROLLO DE PROYECTOS FIN DE MÁSTER

1. ¿Qué es el PFM?
2. Cómo elegir el objeto de estudio del PFM
3. Estructura del PFM
4. Fases de desarrollo del PFM
5. Sistemas de evaluación

UNIDAD DIDÁCTICA 2. USO DE NORMAS BIBLIOGRÁFICAS EN LA REDACCIÓN DE PROYECTOS FIN DE MÁSTER

1. Introducción
2. Las citas bibliográficas
3. Las referencias bibliográficas
4. Normativa Vancouver
5. Normativa APA
6. Cómo evitar el plagio

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ESTRUCTURA BÁSICA DE LOS PROYECTOS FIN DE MÁSTER

1. Resumen
2. Introducción
3. Marco teórico
4. El método o análisis de la situación de partida
5. Resultados
6. Discusiones y conclusiones
7. Bibliografía y anexos

UNIDAD DIDÁCTICA 4. ELEMENTOS FORMALES Y DE PRESENTACIÓN EN PROYECTOS FIN DE MÁSTER

1. Formato de presentación
2. Corrección de estilo, corrección ortotipográfica y precisión léxica
3. Coherencia, cohesión y adecuación
4. Bases de datos bibliográficas
5. Guía para hacer búsquedas bibliográficas

UNIDAD DIDÁCTICA 5. RECURSOS ASOCIADOS A LOS PFM

1. Bibliografía
2. Recursos

UNIDAD DIDÁCTICA 6. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN APLICADA A LAS CIENCIAS SOCIALES

1. Modalidades de Proyecto Integrador en el ámbito de las Ciencias Sociales
2. Estructura del Proyecto Integrador

UNIDAD DIDÁCTICA 7. PFM - MASTER DE FORMACIÓN PERMANENTE EN COMUNICACIÓN POLÍTICA + 60 CRÉDITOS ECTS

1. Proyecto Fin de Máster
2. Video Defensa Proyecto Fin de Máster



INEAF
BUSINESS SCHOOL



By
EDUCA EDTECH
Group