

OCTUBRE 2015

LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22 M1: Fundamentos de Marketing y Comunicación. <i>Nieves Lagares Diez.</i>	23 M1: Fundamentos de Marketing y Comunicación. Como empieza el Marketing en España. <i>José Luis Barreiro Rivas.</i> .	24 M1: Fundamentos de Marketing y Comunicación. Como empieza el Marketing en España. <i>José Luis Sanchís.</i>	25
26	27	28	29 M1: Opinión Pública. <i>Fermín Bouza.</i>	30 M1: Las elecciones y las campañas en Ecuador. Simón Pachano.	31 M1: Las elecciones y las campañas en Ecuador. Simón Pachano.	

NOVIEMBRE 2015

LUNES	MARTES	MIERCORES	JUEVES	VIENRES	SÁBADO	DOMINGO
						1
2	3	4 M1: Investigar en comunicación política. Javier del Rey Morató	5 M1: Investigar en comunicación política. Javier del Rey Morató	6 M1: Investigar en Marketing Político. <i>José Manuel Rivera.</i>	7 M1: Investigar en Marketing Político. <i>José Manuel Rivera.</i>	8
9	10	11	12 M1: El papel de las consultoras. <i>Victor Sobrino.</i>	13 M2: Técnicas Cuantitativas: muestras, variables y tipos de preguntas I. <i>María Pereira López.</i>	14 M2: Técnicas Cuantitativas: muestras, variables y tipos de preguntas II. <i>María Pereira López.</i>	15
16	17	18 M2: Técnicas Cuantitativas: cuestionarios y construcción de datos. <i>Erika Jaraiz Gulias.</i>	19 M2: Técnicas Cuantitativas: cuestionarios y construcción de datos. <i>Erika Jaraiz Gulias.</i>	20 M2: El discurso político. <i>David Redolí</i>	21 M2: El discurso político. <i>David Redolí</i>	22
23	24	25	26 M2: Técnicas Cualitativas: entrevistas. <i>Marina Navarro</i>	27 M2: Técnicas Cualitativas: grupos de discusión. <i>Marina Navarro</i>	28 M2: Técnicas Cualitativas: resultados. <i>Marina Navarro</i>	29
30						

DICIEMBRE 2015

LUNES	MARTES	MIERCORES	JUEVES	VIENRES	SÁBADO	DOMINGO
	1	2	3 M2: Técnicas Cuantitativas. <i>María Pereira López.</i>	4 M2: Técnicas Cuantitativas. <i>María Pereira López.</i>	5 M2: Taller: Las Encuestas: análisis multivariante. <i>María Pereira López.</i>	6
7	8	9	10 M2: Taller: Las Encuestas. <i>Erika Jaraiz Gulias</i>	11 M2: Taller: Las Encuestas. <i>Erika Jaraiz Gulias</i>	12 M2: Taller: Las Encuestas. <i>Erika Jaraiz Gulias</i>	13
14	15	16	17 M3: Encuesta y campaña política. <i>Gabriel Colomé</i>	18 M3: Encuesta y campaña política. <i>Gabriel Colomé</i>	19 M3: Claves de la campaña del 20D. <i>Antonio Losada Trabada.</i>	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	31			

ENERO 2016

LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO
				1	2	3
4	5	6	7	8 M4: Taller Postelectoral de Elecciones catalanas <i>Erika Jaraiz</i>	9 M4: Elementos básicos de una campaña de comunicación. <i>Adrián Cordero</i>	10
11	12	13	14 M4: Elementos básicos de una campaña de comunicación. <i>Adrián Cordero</i>	15 M4: Elaboración de un plan de comunicación <i>Adrián Cordero</i>	16 Taller: Postelectoral de Elecciones catalanas <i>María Pereira López</i>	17
18	19	20	21 M5: Comunicar en tiempos de crisis M5: Como gestionar las crisis <i>Antonio Losada</i>	22 M5: Comunicar en tiempos de crisis M5: Como gestionar las crisis <i>Antonio Losada</i>	23 M5: Comunicar en tiempos de crisis M5: Como gestionar las crisis <i>Antonio Losada</i>	24
25	26	27	28 M4: Elaboración de un plan de comunicación <i>Adrián Cordero</i>	29 M5: Taller: Crisis permanente	30 M5: Taller: Crisis permanente	31

FEBRERO 2016

LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO
1	2	3	4 M6: Las fases de la campaña <i>José Manuel Rivera Otero</i>	5 M6: Investigación y diagnóstico (Briefing) <i>José Manuel Rivera Otero</i>	6 M6: Diseño de estrategia y planificación <i>José Manuel Rivera Otero</i>	7
8	9	10	11 M7: El rol del consultor en la campaña. <i>Xavier Roig</i>	12 M7: El rol del consultor en la campaña. <i>Xavier Roig</i>	13 M7: El rol del consultor en la campaña. <i>Xavier Roig</i>	14
15	16	17	18 M8: La campaña permanente <i>Xavier Roig</i>	19 M8: La campaña permanente <i>Xavier Roig</i>	20 M8: Oratoria y Debates <i>Luis Arroyo</i>	21
22	23	24	25 M8: Oratoria y Debates <i>Luis Arroyo</i>	26 M8: Instrumento de comunicación en campaña <i>Orlando D'Adamo y Virginia Beaudox</i>	27 M8: Instrumento de comunicación en campaña <i>Orlando D'Adamo y Virginia Beaudox</i>	28

MARZO 2016

LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO
	1	2	3 M8: E Government y Open Government.	4 M8: E Government y Open Government.	5 M8: Comunicación de gobierno <i>Javier Paniagua</i>	6
7	8	9	10 M8: Comunicación de gobierno <i>Javier Paniagua</i>	11 M9: El marketing en la estrategia de las instituciones	12 M9: El marketing en la estrategia de las instituciones	13
14	15	16	17 M9: Los intangibles en el sector público: marca, posicionamiento y reputación <i>Enric Casas</i>	18 M9: Los intangibles en el sector público: marca, posicionamiento y reputación <i>Enric Casas</i>	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	31 M9: La creación de una marca ciudad <i>Enric Casas</i>			

ABRIL 2016

LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO
				1 M9: La creación de una marca ciudad <i>Enric Casas</i>	2 M10: Política 2.0 <i>José Luis Dader</i>	3
4	5	6	7 M10: Política 2.0 <i>José Luis Dader</i>	8 M10: Ciberactivismo y movimientos de ciudadanía <i>José Manuel Sánchez Duarte</i>	9 M10: Ciberactivismo y movimientos de ciudadanía <i>José Manuel Sánchez Duarte</i>	10
11	12	13	14 M10: Como elaborar la comunicación digital <i>Rafael Rubio</i>	15 M10: Herramientas digitales para la comunicación institucional <i>Rafael Rubio</i>	16 M10: Herramientas digitales para la comunicación institucional <i>Rafael Rubio</i>	17
18	19	20 M11: Comunicación ordinaria. Ingeniería de imagen pública para candidatos y gobernantes. <i>Yuri Morejón</i>	21 M11: Comunicación ordinaria. Ingeniería de imagen pública para candidatos y gobernantes. <i>Yuri Morejón</i>	22 M11: Comunicación ordinaria. Entrenamiento audiovisual para entrevistas y competencias públicas <i>Yuri Morejón</i>	23 M11: Comunicación ordinaria. Entrenamiento audiovisual para entrevistas y competencias públicas <i>Yuri Morejón</i>	24
25	26	27	28 M11: Comunicación de campañas institucionales	29 M11: Comunicación de campañas institucionales	30 M11: Como organizar comunicación de políticos públicos	

MAYO 2016

LUNeS	MARTES	MIERCORES	JUEVES	VIENRES	SÁBADO	DOMINGO
						1
2	3	4	5 M11: Como organizar comunicación de políticos públicos	6 M11: Comunicación estratégica en las instituciones públicas	7 M11: Comunicación estratégica en las instituciones públicas	8
9	10	11	12 M11: Herramientas tradicionales de la comunicación institucional	13 M11: Herramientas tradicionales de la comunicación institucional	14 M12: Elecciones Generales	15
16	17	18	19 M12: Elecciones Generales	20 M12: Escenario II: Elecciones en Lationamérica	21 M12: Escenario II: Elecciones en Lationamérica	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					