

XIII Edición del Diploma Internacional en Diseño y Planificación de Campañas Electorales

Madrid, del 8 de enero al 20 de febrero de 2010

INSTITUTO
UNIVERSITARIO DE
INVESTIGACIÓN
ORTEGA Y GASSET

XIII Edición del Diploma Internacional en Diseño y Planificación de Campañas Electorales

Madrid, del 8 de enero al 20 de febrero de 2010

La XIII edición del Diploma Internacional en Diseño y Planificación de Campañas Electorales se desarrollará en la sede de Madrid del Instituto Universitario de Investigación Ortega y Gasset entre el 8 de enero y el 20 de febrero de 2010, con un dictado que se realizará en sesiones de tarde de miércoles a viernes, y de mañana los sábados. Cada sesión tendrá una duración de 5 horas. El alumno deberá seleccionar cursos por un valor de 60 horas lectivas, de entre los ofertados por el Programa, que se corresponden aproximadamente con 12 de los 26 seminarios previstos. Para cursar el Programa Internacional será necesario estar en posesión del título de licenciado o equivalente, o la acreditación de una experiencia profesional suficiente en los ámbitos de la comunicación y la gestión política. El número de plazas está limitado a 15 personas, y sólo serán admitidas matrículas hasta el 18 de diciembre de 2009.

Para formalizar la matrícula es necesario enviar su inscripción a la secretaría del Diploma por correo postal, fax o correo electrónico, junto con una fotocopia del título de licenciado o diplomado, currículum profesional o académico, y fotocopia del DNI, pasaporte o tarjeta de residencia. El importe de la matrícula es de 840 euros. Los candidatos deberán abonar un 50% de esta cantidad en concepto de reserva de plaza, cantidad que le será descontada íntegramente del precio de la matrícula una vez aceptada la solicitud de incorporación al Diploma. La matrícula se formalizará hasta el 7 de enero de 2010. El precio de la matrícula incluye los gastos de inscripción, la enseñanza, el material didáctico básico y la expedición de los certificados y título de Diplomado. Los ingresos se harán efectivos en la sede del Instituto Universitario de Investigación Ortega y Gasset o en el Banco Santander Central Hispano, Pº del General Martínez Campos 35, Código internacional (SWIFT): BSCHESMM, IBAN: ES16-0049-0321-0823-1016-8628. Se concederán ayudas de matrícula a alumnos de la Fundación José Ortega y Gasset, a los colegiados en alguno de los Colegios de Licenciados y Doctores en Ciencias Políticas y Sociología, y a los miembros de las asociaciones nacionales o internacionales de ciencia política o sociología, por un valor del 25 por ciento de la matrícula.

INFORMACIÓN

DIRECCIÓN DEL PROGRAMA

Dr. Ismael Crespo

COORDINACIÓN DEL PROGRAMA

D^a. Sara Sánchez

Departamento de Comunicación Política e Institucional
Instituto Universitario de Investigación Ortega y Gasset

C/ Fortuny, 53
28010 Madrid
Tlf.: 91 700 41 21/31
Fax: 91 700 41 23
Correo electrónico:
comunicacion.politica@fog.es



FUNDACIÓN

INSTITUTO UNIVERSITARIO DE INVESTIGACIÓN

JOSÉ ORTEGA Y GASSET

XIII Edición del Diploma Internacional en Diseño y Planificación de Campañas Electorales

Madrid, del 8 de enero al 20 de febrero de 2010

Con el objetivo de formar a consultores, comunicadores, estrategas y analistas políticos en un ámbito disciplinario de larga trayectoria en el mundo anglosajón, pero de escasa presencia en los programas formativos de las universidades españolas, la XIII edición del Diploma Internacional en Diseño y Planificación de Campañas Electorales **se dirige a:** profesionales, docentes e investigadores interesados en desarrollarse como asesores y consultores de comunicación política en entidades del gobierno central, gobiernos regionales o locales; autoridades políticas que deseen desarrollar conocimientos y habilidades para comunicar adecuadamente sus propuestas y resultados de gestión; miembros de partidos políticos u organizaciones sociales que ocupen o aspiren ocupar cargos públicos, y asesores en marketing electoral de líderes o movimientos políticos.

El desarrollo del Programa Internacional persigue que los conocimientos adquiridos durante el mismo sean de una alta aplicabilidad, de manera que los participantes aprendan habilidades, destrezas y competencias que les permitan:

- ▣ La organización y planificación general de una campaña electoral, inclusive el diseño y la planificación de las estrategias de comunicación e imagen.
- ▣ El diseño y análisis de estudios cualitativos/cuantitativos, inclusive la formulación del cuestionario, y la lectura, análisis e interpretación de los resultados.
- ▣ El asesoramiento integral en comunicación política y electoral, inclusive la formulación de la agenda, los mensajes, los medios, los tiempos y los canales.
- ▣ El asesoramiento en la formulación y presentación de las propuestas políticas, y de sus mensajes, tanto para presentaciones generales o sectoriales, lo que incluye la instalación pública de los ejes de campaña.
- ▣ El asesoramiento en el diseño de las estrategias de publicidad política, inclusive la asesoría en la creación publicitaria y el seguimiento de su producción.
- ▣ El asesoramiento en la formulación del discurso y en la creación de la imagen del candidato, inclusive la asesoría sobre la utilización de medios tradicionales y alternativos.



El Instituto Universitario de Investigación Ortega y Gasset organiza la **XIII edición del Diploma Internacional en Diseño y Planificación de Campañas Electorales**. En ediciones anteriores, este Programa se ha realizado con éxito en la Universidad Internacional del Mar (2005-2008), la Universidad Católica del Uruguay (2007), el Instituto de Administración Pública del Estado de Veracruz, México (2007-2009), la Universidad Católica de Córdoba, Argentina (2006-2009), la Escuela de Gerencia de la Universidad Continental, Perú (2005), la Escuela Electoral del Jurado Nacional de Elecciones del Perú (2005-2009), la Universidad de Lima (2004), la Universidad Autónoma de Sinaloa, México (2004), y la Fundación Arias para la Paz y el Progreso Humano, Costa Rica (2004). A partir de la experiencia acumulada y del rendimiento profesional obtenido por nuestros alumnos en anteriores ediciones, el Instituto Universitario de Investigación Ortega y Gasset desarrolla la edición de este Programa Internacional en el marco de su Master en Comunicación Política e Institucional

El Programa Internacional abarca en **26 sesiones**, con una duración lectiva total de 130 horas, los aspectos integrales del diseño y planificación estratégica de la comunicación política en el marco de una campaña electoral. Su **objetivo** es proporcionar herramientas en los campos del análisis y la definición del marco de la competición política y electoral; la definición y selección de los targets electorales; el diseño de las estrategias de comunicación de campaña; la definición y selección de la agenda de temas de campaña y sus mensajes de transmisión, y la definición de imágenes y creación de personalidades del candidato. El Programa comprende, por tanto, todo el proceso de diseño y planificación estratégica, desde la organización de la comunicación electoral hasta la evaluación del impacto de la misma en la opinión pública.

Los **perfiles académicos y profesionales de los docentes** seleccionados avalan no sólo el carácter internacional de esta nueva edición del Diploma Internacional, sino también la aplicabilidad de los conocimientos adquiridos durante el programa de estudios, al facilitar a los participantes el desarrollo de destrezas y habilidades de alta aplicabilidad mediante la presentación de casos prácticos y experiencias conocidas y desarrolladas por los propios docentes, entre los que se encuentran

ALAFREDO GUGLIANO: Sociólogo investigador perteneciente a la Red Latinoamericana de Metodología de las Ciencias Sociales
ANTONI RUBÍ: Asesor de comunicación. Director de Ideograma empresa dedicada a la consultoría política y especialista en Internet 2.0

ANTONIO SOLA: Socio Director de Ostos y Sola. Ha participado como asesor o coordinador en más de 500 campañas políticas, especialmente en América Latina. Ha sido coordinador de campaña de Felipe Calderón en México. Asesoró en la campaña de 2008 a Mariano Rajoy y en 2009 a Mayor Oreja

ENRIQUE MARTINEZ: Director del Observatorio para las Telecomunicaciones y la Sociedad de la Información del Ministerio de Industria de España.

FRANCISCO J. LLERA: Catedrático de Ciencia Política en la Universidad del País Vasco y director del Euskobarómetro

ISMAEL CRESPO: Director del departamento de Comunicación Política del Instituto Universitario de Investigación Ortega y Gasset. Profesor titular de Ciencia Política en la Universidad de Murcia, ex director de investigación del Centro de Investigaciones Sociológicas.

JORGE SANTIAGO BARNÉS: Director del Máster en Asesoramiento de Imagen y Consultoría Política de la Universidad Pontificia de Salamanca. Profesor invitado de la George Washington University, School of Communication University of Miami, Universidad Católica de Buenos Aires y de la Universidad Nacional Autónoma de Honduras.

JOSE A. PEREZ DUHARTE: Director de la Escuela Electoral y de Gobernabilidad en Jurado Nacional de Elecciones de Perú.

JOSE LUIS SANCHIS: Asesor Empresarial en Imagen y Comunicación, así como Consultor político y director de Campañas Electorales con más de 30 años de experiencia

JOSE MANUEL RIVERA: Profesor titular de la Facultad de Ciencias Políticas de la Universidad Santiago de Compostela y Ex Vicerrector de la misma. Fue S.X. de Análisis e Proyección de la Presidencia de la Xunta de Galicia

JOSE MARÍA ASTORKIA: Experto internacional de la ONU en el campo electoral y de las transiciones políticas. Ha sido Consejero Técnico en el Ministerio del Interior trabajando especialmente en las áreas de procesos electorales y de extranjería.

ORLANDO D'ADAMO: Profesor Titular de Psicología Política y de Análisis Psicosocial del Comportamiento Político en la Universidad de Buenos Aires y en la Universidad de Belgrano. Autor de 7 libros y más de 40 artículos en comunicación política.

PABLO MIERES: Doctor en Derecho y Ciencias Sociales (Universidad de la República. Montevideo) y Director de la Licenciatura en Ciencias Sociales de la Universidad Católica del Uruguay. Es Autor de diversos libros y artículos sobre los temas de su especialidad.

VIRGINIA GARCÍA BEAUDOUX: Coordinadora del Centro de Opinión Pública de la Univ. de Belgrano, Argentina. Autora de 7 libros y de más de 40 artículos publicados en revistas internacionales.