Estrategias y campañas electorales

Curso Académico: (2020 / 2021) **Fecha de revisión: 21-07-2020**

Departamento asignado a la asignatura: Departamento de Ciencias Sociales

Coordinador/a: SIMON COSANO, PABLO

Tipo: Obligatoria Créditos ECTS : 3.0

Curso : 1 Cuatrimestre :

OBJETIVOS

- Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación
- Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio
- Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios
- Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades
- Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.
- Capacidad de interpretar e integrar la información del entorno político y social con el fin de poder realizar análisis de manera efectiva a partir de contextos de información incompleta.
- Habilidad para aplicar de forma práctica a los fenómenos de la actualidad política y social los conocimientos teóricos y metodológicos especializados en la disciplina.
- Habilidad para transmitir adecuadamente en los análisis la incertidumbre inherente a los fenómenos políticos y sociales
- Capacidad de elaborar y comunicar análisis políticos de manera clara y presentarlos ante públicos tanto especializados como no especializados.
- Capacidad de demostrar sentido crítico en los argumentos analíticos tanto propios como de los demás.
- Capacidad para aplicar de forma analítica y profesional las últimas teorías avanzadas en comportamiento de la opinión pública y nuevos fenómenos políticos y sociales.
- Capacidad para proponer estrategias y planes de acción a los partidos políticos tanto en la competición política y electoral como en el gobierno.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE QUE ADQUIERE EL ESTUDIANTE

- Adquisición de herramientas analíticas para interpretar las ventajas y las desventajas de los diversos diseños institucionales.
- Conocimiento de los diferentes tipos de campañas electorales
- Estudio de las razones por las cuales se opta por unas determinadas estrategias políticas y valoración de su adecuación a los diferentes contextos nacionales y realidades electorales.
- Adquisición de herramientas analíticas para interpretar el impacto de las tácticas partidistas en la opinión pública y el comportamiento electoral.

DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS: PROGRAMA

1. Las campañas electorales: cómo funcionan y qué efecto tienen.
2. Estudio comparado de las diferentes modalidades de campaña.
3. El desarrollo de las campañas: objetivo, diseño, logística e implementación.
4. Análisis de campañas electorales concretas en España y América Latina

ACTIVIDADES FORMATIVAS, METODOLOGÍA A UTILIZAR Y RÉGIMEN DE TUTORÍAS

Formato de las clases: 2h magistral / 1 caso práctico + dirección de trabajo

METODOLOGÍAS DOCENTES que se utilizarán en esta materia

- Exposiciones en clase del profesor con soporte de medios informáticos y audiovisuales, en las que se desarrollan los conceptos principales de la materia y se proporciona la bibliografía para complementar el aprendizaje de los alumnos.
- Lectura crítica de textos recomendados por el profesor de la asignatura: Artículos de prensa, informes, manuales y/o artículos académicos, bien para su posterior discusión en clase, bien para ampliar y consolidar los conocimientos de la asignatura.
- Resolución de casos prácticos, problemas, etc.¿ planteados por el profesor de manera individual o en grupo
- Exposición y discusión en clase, bajo la moderación del profesor de temas relacionados con el contenido de la materia, así como de casos prácticos
- Elaboración de trabajos e informes de manera individual o en grupo

SISTEMA DE EVALUACIÓN

Participación en clase 15%
Presentaciones individuales o en grupo 15%
Trabajos individuales o en grupo realizados durante el curso 70%

Peso porcentual del Examen Final:	0
Peso porcentual del resto de la evaluación:	100

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- Jaime Durán Barba, Santiago Nieto Jaime Durán Barba, Santiago Nieto, Debate, 2010
- Jorge Santiago Barnés. Comunicación en Campaña. Dirección de campañas electorales y marketing político, Pearson, 2014
- Luis Arroyo El poder político en escena, RBA, 2012
- María José Canel Comunicación Política: Una guía para su estudio y práctica, Tecnos, 2006
- Philippe J. Maarek Campaing Communication and Political Marketing, Wiley Blackwell, 2011

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- Antoni Gutiérrez-Rubí Política Vigilada, Editorial UOC, 2011
- Joseph Napolitan 100 cosas que he aprendido en 30 años de trabajo como asesor de campañas electorales, Ponencia presentada en la 19 Conferencia anual de la Asociación Internacional de Asesores Políticos , 1986
- Lawrence Freeman Estrategia, La esfera de los libros, 2016