

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

Madrid, del 11 de enero al 1 de marzo de 2008

INSTITUTO
UNIVERSITARIO DE
INVESTIGACIÓN
ORTEGA Y GASSET

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

Madrid, del 11 de enero al 1 de marzo de 2008

La IX edición del Diploma Internacional en Diseño y Planificación de Campañas Electorales se desarrolla del 11 de enero al 1 de marzo de 2008 en la sede del Instituto Universitario de Investigación Ortega y Gasset en Madrid. Cada sesión tiene una duración de 5 horas. Para cursar el Programa es necesario estar en posesión de un título de licenciado o equivalente, o acreditar una experiencia profesional suficiente en los ámbitos de la comunicación y la gestión política. Se ofrece un total de 20 plazas. El plazo de matrícula finaliza el 21 de diciembre de 2007.

Para formalizar la matrícula es necesario enviar la solicitud a la Secretaría del Programa 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 750 euros. Los candidatos preadmitidos deberán abonar un 40% de esta cantidad en concepto de reserva de plaza, cantidad que se descontará íntegramente del importe total de la matrícula una vez que alumno obtenga la confirmación de su plaza.

El precio de la matrícula incluye los gastos de inscripción, la enseñanza, el material didáctico básico y la expedición de los certificados y título. 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.

INFORMACIÓN:

Esteban Chércoles
Departamento de Comunicación Política e Institucional
INSTITUTO UNIVERSITARIO DE INVESTIGACIÓN
JOSÉ ORTEGA Y GASSET

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



FUNDACIÓN

INSTITUTO UNIVERSITARIO DE INVESTIGACIÓN

JOSÉ ORTEGA Y GASSET

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

Madrid, del 11 de enero al 1 de marzo de 2008

El INSTITUTO UNIVERSITARIO DE INVESTIGACIÓN JOSÉ ORTEGA Y GASSET organiza la IX Edición del Diploma Internacional en Diseño y Planificación de Campañas Electorales. En ediciones anteriores, este Programa se ha impartido con éxito en la Universidad Católica del Uruguay (2007), el Instituto de Administración Pública del Estado de Veracruz, México (2007), la Universidad Católica de Córdoba, Argentina (2006), la Escuela de Gerencia de la Universidad Continental, Perú (2005), el Jurado Nacional de Elecciones del Perú (2005), 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 por vez primera en España en el marco de su Máster en Comunicación Política e Institucional.

El Programa Internacional engloba en **doce sesiones**, con una duración lectiva total de **60 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.

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 IX 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.



Los **perfiles académicos y profesionales de los docentes** 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 mediante la presentación de casos prácticos y experiencias conocidas y desarrolladas por los propios docentes.

■ **José María Astorkia:** Consejero Técnico. Dirección General de Política Interior. Experto internacional senior de la ONU en el campo electoral y de las transiciones políticas, especialmente en África y América Central. (Departamento de Political Affairs/Electoral Assistance Division).

■ **Ismael Crespo:** Director de Investigación del CIS entre 1997 y 1999, es editor de la principal obra de referencia en español sobre campañas electorales. Recientemente ha coordinado campañas institucionales y electorales en Perú y Argentina a nivel nacional. Director del Departamento de Comunicación Política del IUIOG.

■ **Orlando D` Adamo:** Director del Centro de Opinión Pública de la Universidad de Belgrano, Profesor Titular de Psicología Política y de Análisis Psicosocial del Comportamiento Político en la Universidad de Buenos Aires y en la Universidad de Belgrano, Argentina, respectivamente

■ **Virginia I. García Beaudoux:** Coordinadora del Centro de Opinión Pública de la Universidad de Belgrano, Argentina.

■ **Antonia Martínez:** Asesora en la Presidencia del Gobierno español entre 1998 y 2004. Consultora electoral para gobiernos regionales en México. Es profesora de ciencia política en la Universidad de Murcia y Directora del Centro de Estudios de México en la Unión Europea.

■ **Enrique Martínez:** Director del Instituto Nacional de Tecnologías de la Comunicación (INTECO), dependiente del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio. Licenciado en Ciencias Políticas y Sociología (UCM), Master en Cooperación Internacional (AECE) y Master en Gestión Pública (UCM).

■ **Pablo Mieres:** Doctor en Derecho y Ciencias Sociales por la Universidad de la República (Montevideo). Director de la Licenciatura en Ciencias Sociales de la Universidad Católica del Uruguay. Ex Diputado y candidato a la presidencia del Uruguay.

■ **Dieter Nohlen:** Es profesor titular emérito de la Universidad de Heidelberg, Alemania. Galardonado con el Premio Max Planck de Investigación (1990), el Premio Libro del Año (1995), el Premio de Investigación sobre España y América Latina (2000) y el Diploma honoris causa de Administración Electoral de la Universidad Panthéon Paris II (2005).

■ **Rafael A. Pérez:** Dr. en Ciencias de la Comunicación por la Universidad Complutense de Madrid. Presidente del Foro Iberoamericano Sobre Estrategias de Comunicación (FISEC). Profesor invitado por más de cincuenta Universidades y Escuelas de Negocios Latinoamericanas y Europeas para dar cursos y seminarios sobre comunicación estratégica corporativa y política.

■ **José Manuel Rivera:** Profesor titular Facultad de Ciencias Políticas. Universidad Santiago de Compostela. Ex Vicerrector Universidad Santiago de Compostela. S.X. Análise e Proxección. Presidencia de la Xunta de Galicia. Director del Master de Marketing Político (USC). Director barómetro Político Gallego.

■ **José Luis Sanchís:** Consultor político con más de 30 años de experiencia. Ha trabajado en más de 100 campañas y en la elección de 16 presidentes de Gobierno. Autor de *Cómo se gana el poder* (1996).

■ **Antonio Sola:** Socio Director de Ostos y Sola. Ha participado como asesor o coordinador en más de 500 campañas políticas, especialmente en América Latina. La más reciente, la de Felipe Calderón, candidato del PAN ganador en México.

■ **Julio Vidosa:** Director General Metra Seis S.A. Experto en Comités ISO, CEN y UNE sobre temas de calidad de investigación de mercados y de opinión, e investigación de medios.