

**MÁSTER EN MARKETING POLÍTICO
ESTRATEGIAS Y COMUNICACIÓN POLÍTICA**

Director: Gabriel Colomé

**Máster interuniversitario de la Universitat Autònoma de Barcelona,
con la Universidad de Granada y la Universidade de Santiago de Compostela**

Objetivos:

El Máster está destinado al análisis de las campañas electorales y las elecciones, en su vertiente teórica y práctica. Se trata de una disciplina con una larga trayectoria en el mundo académico anglosajón pero de escasa presencia en los programas universitarios catalanes y españoles. El objetivo es ofrecer una formación específica en marketing y comunicación política a licenciados en ciencias políticas, sociología, ciencias de la información y ciencias sociales, así como a profesionales en ejercicio.

Programa:

El programa se estructura en cinco grandes bloques que engloban los siguientes módulos:

- Estrategias políticas
- Encuestas
- Escenarios electorales
- Actores en la política
- Campañas
- Política e imagen
- Organización de la comunicación
- Discurso político
- Política y medios de comunicación
- Gobierno relacional
- Gestión de la comunicación en el gobierno local
- Talleres
- Sesiones de trabajo

DESCRIPCIÓN DE LAS SESIONES

MÓDULO DE ANÁLISIS

Estrategias políticas

Lección inaugural sobre escenarios políticos

Análisis de los escenarios políticos que se dibujan a partir de los espacios de competencia electoral y las fronteras entre los partidos en los ejes actitudinales.

Docente: *Isidre Molas*

Doctor en Derecho. Catedrático de Derecho Constitucional de la Universidad Autónoma de Barcelona. Director del Institut de Ciències Polítiques i Socials desde 1989 hasta marzo del 2000. Ex-vicepresidente del Parlament de Catalunya (1980-1988) y ex-decano de la Facultat de Derecho de la Universitat Autònoma de Barcelona (1990-1993). Senador y portavoz de la Entesa Catalana de Progrés (2000-2004) y actualmente, vicepresidente primero del Senado. Principales publicaciones: Lliga Catalana (Barcelona, 1972); La Ciutat llunyana (1982); Las Cortes Generales en el sistema parlamentario de Gobierno (1987); El socialisme de la llibertat (1992).

Estrategias políticas

Proporciona mecanismos para decidir cuales són los objetivos para la comunicación de campaña. Da herramientas a través de modelos para identificar argumentos y sugerencias que son eficaces para evitar la pérdida de recursos.

Docente: Paul Lutzker

Ph.D. por la John Hopkins University. Ha sido profesor en el Swarthmore College (Pennsylvania) y en la Graduate School of Political Management de la George Washington University. Director de Investigación Política del Partido Demócrata norteamericano y consultor. Ha impartido cursos y ponencias en la CEOE, Instituto de la Empresa, Corporación Multimedia, cursos de verano en la Universidad Complutense y en el ICPS. Es vice-presidente de la consultora PM International & Associates, Inc.

Escenarios políticos

La política es, más que nunca, política mundial y la correlación local-global una dimensión imprescindible para la comprensión de cualquier fenómeno político.

Docente: Jesús M. Rodés

Doctor en Ciencias Políticas. Profesor Titular de Ciencia Política de la Universitat Autònoma de Barcelona. Profesor de la Escuela de Postgrado de la Universidad "Gabriel René Moreno" de Santa Cruz de la Sierra, Bolívia (1995). Director General de la Escola de Policia de Catalunya (organismo autónomo adscrito al Departamento de Gobernación de la Generalitat de Catalunya) (1988-1994). Jefe de la misión de Naciones Unidas para la creación de la Policía Nacional Civil de El Salvador. Jefe del Àrea de Fortalecimiento del Poder Civil de la Misión de Verificación de las Naciones Unidas en Guatemala (1998-2000). Misiones de Naciones Unidas en Rumanía, Somalia, Méjico, Argentina, Guinea Ecuatorial. Miembro del "Team Europe" de la Comisión de la Unión Europea.

Encuestas

Análisis de escenarios electorales

Análisis de los elementos (estructurales o coyunturales) que deben tenerse en cuenta al plantear una estrategia política. Papel de los "cleavages" para ordenar y estructurar la competencia entre las opciones políticas.

Docente: Oriol Bartomeus

Licenciado en Ciencias Políticas y Sociología por la Universitat Autònoma de Barcelona. Analista del Institut de Ciències Polítiques i Socials (1995-2001). Técnico superior en la Oficina d'Avaluació de Serveis i Qualitat de la Diputació de Barcelona (2001-2005). Actualmente, jefe de gabinete del Delegado Especial del Estado en la Zona Franca de Barcelona. Ha trabajado en el análisis electoral a través de encuestas y de estudios de geografía electoral. Ha publicado junto con Isidre Molas "Estructura de la competència política a Catalunya" (ICPS, 1998) y "Els espais de frontera entre els electorats" (ICPS, 1999).

Encuestas

Nos muestra el tipo de información que las encuestas pueden aportar al análisis político. El objetivo es destacar la potencialidad de esta herramienta, poniendo el énfasis en la importancia de una lectura adecuada de los datos que asuma sus limitaciones.

Docente: David Rivas

Licenciado en Ciencias Políticas por la Universitat Autònoma de Barcelona (UAB). Autor de diversos artículos sobre los sistemas políticos centroamericanos, las élites parlamentarias catalanas durante la Restauración y los partidos políticos catalanes de extrema izquierda en la Transición. Entre 1999 y 2000 realiza estancias de formación como analista de datos en la Universidad de Essex (Reino Unido). Técnico de Voxpublica-Catalunya (2000-2001), especialista en el ámbito de los estudios de opinión pública. Analista del Institut de Ciències Polítiques i Socials (ICPS) y responsable técnico del sondeo anual de este Instituto (2002-2005). Actualmente es analista del Centre d'Estudis d'Opinió (CEO) de la Generalitat de Catalunya.

Análisis de encuestas

Se estudian los elementos que componen la lectura de una encuesta para analizar las variables políticas.

Docente: Jaume Magre

Profesor titular de Ciencia Política y de la Administración de la Universitat de Barcelona. Director de la Fundació Carles Pi i Sunyer d'Estudis Autònoms y director de el Observatori de Govern Local.

Límites y virtualidades de las encuestas

El complejo entramado de las sociedades actuales junto con los avances técnicos y teóricos en el análisis de los datos, han convertido las encuestas en la principal herramienta al alcance de los científicos sociales para determinar los cambios y continuidades que se producen en su entorno.

*Docente: **Jordi Capó***

Doctor en Derecho. Catedrático de Ciencia Política y de la Administración de la Universitat de Barcelona. Autor de “La institucionalización de las Cortes Generales”, “Ciencia Política y Derecho”, “La legislación estatal en la España democrática: una aproximación politológica”, además de artículos sobre elecciones, partidos y élites políticas como “Las encuestas electorales en la sociedad mediática”, “Sistema electoral y gobernabilidad española”. Ha sido vocal de la Junta Electoral Central y actualmente es director del Departament de Ciència Política i de la Administració de la Universitat de Barcelona.

MÓDULO DE ACTORES

Escenarios electorales

Comportamiento electoral

Con el objetivo de identificar las lógicas que determinan la más tradicional forma de participación, se analizan con detenimiento los múltiples mecanismos individuales que inciden en las preferencias de los electores.

*Docente: **Joan Botella***

Catedrático de Ciencia Política de la Universitat Autònoma de Barcelona y miembro del Consell de l'Audiovisual de Catalunya. Es autor o coautor de once libros de la especialidad, de diecinueve contribuciones en obras colectivas y de una veintena de artículos en revistas profesionales. Es asesor de OPINA, S.A. Ámbitos de especialización: comportamientos electorales, gobierno local, política comparada, políticas universitarias.

Euskadi

Análisis de los elementos estructurales o coyunturales que hay que tener presentes al plantear una estrategia política. Papel de los “cleavages” para ordenar y estructurar la competencia entre opciones políticas. Estudio de caso sobre Euskadi.

*Docente: **Francisco Llera***

Catedrático (1992) y director del Departamento de Ciencia Política y de la Administración de la Universidad del País Vasco.

Galicia

Análisis de los elementos estructurales o coyunturales que hay que tener presentes al plantear una estrategia política. Papel de los “cleavages” para ordenar y estructurar la competencia entre opciones políticas. Estudio de caso sobre Galicia.

*Docente: **José Manuel Rivera***

Profesor del Departamento de Ciencia Política y de la Administración en la Universidad de Santiago de Compostela.

Actores en la política

La legislación electoral en España y Cataluña

Análisis del derecho electoral vigente, sus antecedentes históricos. Proceso de elaboración de la normativa electoral española y perspectivas de legislación electoral catalana.

*Docente: **Joan Marçet***

Doctor en Derecho. Certificado de Études Politiques por el Institut d'Études de Paris. Profesor titular de Derecho Constitucional en la UAB. Ha sido diputado en el Congreso de los Diputados entre 1982 y 2004, y portavoz del Grup Parlamentari Socialista en las Comisiones: Constitucional (1986-1989), Régimen de las Administraciones Públicas (1993-2000) y Estatuto del Diputado (2000-2004). Autor de diversas publicaciones sobre Derecho Constitucional y Ciencia Política, entre otros “Convergència Democràtica de Catalunya. “El partit i el moviment polític”; “Consenso y disenso de doce años de ley electoral”; “Democràcia i llei electoral”; “Constitució i partits polítics”. Director del Institut de Ciències Polítiques i Socials (ICPS).

Sistema y derecho electoral: análisis del sistema político español y catalán

Análisis del derecho electoral vigente, los factores ideológicos y sociales que influyen en el comportamiento electoral, los sistemas de partidos que resultan del mismo, y el análisis de los factores que facilitan o dificultan su estabilidad.

*Docente: **Montserrat Baras***

Doctora en Derecho. Profesora titular de Ciencia Política de la Universidad Autónoma de Barcelona. Especializada en política española, análisis de partidos políticos y elecciones. Obras más significativas: "Acció Catalana (1922-1936)" Curial, 1984 y "El sistema electoral" Tecnos, 1996. Directora del Departamento de Ciencia Política y Derecho Público de la Universitat Autònoma de Barcelona.

Actores, partidos y medios. La campaña 2004

Análisis de los elementos estructurales o coyunturales que hay que tener presentes al plantear una estrategia política. Papel de los "cleavages" para ordenar y estructurar la competencia entre opciones políticas. Estudio de caso sobre las elecciones generales de marzo de 2004.

*Docente: **Juan Montabes***

Doctor en Derecho y Catedrático de Ciencias Políticas y de la Administración en la Universidad de Granada. Actualmente, es profesor en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociología de la Universidad de Granada, de la que ha sido Degano desde febrero de 2000 hasta abril de 2003.

MÓDULO DE CAMPAÑAS

Campañas

Análisis y diseño de políticas: toma de decisiones y asesoramiento político

Estudia la metodología del análisis y diseño de políticas, el rol de los asesores expertos y sus relaciones con el gobierno. Diseño estricto de las políticas, planificación de actuaciones de negociación, comunicación y lobbying.

*Docente: **Albert Calderó***

Abogado. Consultor de gobierno y dirección pública. Fundador y director de Estrategia Local, un equipo de consultores de estrategia, organización y marketing para el sector público. Fue Director de Organización y Personal del Ayuntamiento de Terrassa. Es profesor del Mestratge de Gestió Pública (UAB-UPF-ESADE), y del Máster de Gestión Pública Local (Instituto Andaluz de Administración Pública).

Programa electoral, "temas" y plan de campaña

Definir los objetivos estratégicos electorales, planificar de forma detallada la campaña antes de su inicio, ofrecer un modelo de planificación de campaña electoral. Adecuada selección de temas (issues) para fijar el discurso político.

*Docente: **Antoni Fernández***

Licenciado en Ciencias Políticas y Sociología y en Geografía e Historia. Profesor Asociado de Ciencia Política y de la Administración de la Universitat de Barcelona. Director de Comunicación de la Diputació de Barcelona hasta el 2004. Ha sido miembro de la Comisión Electoral del PSC y ha participado en la organización de diferentes campañas municipales, autonómicas y generales. En la actualidad es Secretario General del Departament d'Indústria de la Generalitat de Catalunya.

Análisis de campañas

Se trata de analizar las campañas electorales desde diferentes perspectivas: política, técnica y científica. Las clases tendrán una estructura teórica en la primera parte y más práctica en la segunda, estimulando la participación activa de los estudiantes.

*Docente: **Gabriel Colomé***

Profesor titular de Ciencia Política de la Universitat Autònoma de Barcelona. Licenciado en Ciencias de la Información (UAB/1981). Doctor en Ciencia Política (UAB/1988). Profesor de la asignatura Comunicación y Opinión Pública (Facultad de Ciencias Políticas y Sociología de la UAB). Viaje de estudios invitado por el Departamento de Estado para seguir la campaña presidencial norteamericana de 1988 (30 octubre-13 noviembre). Asistente al Seminario organizado por la revista Campaigns & Elections en Washington DC, junio 1996. Visiting International Program del Departamento de Estado para seguir las campañas primarias americanas de 2000 (27 febrero-19 marzo). Director del Máster en Marketing Político del ICPS y director del Centre d'Estudis d'Opinió (CEO) de la Generalitat de Catalunya.

Política e imagen

Actitudes, contextos de expresión y comunicación

Desde la perspectiva de la psicología social se pretende tratar la estabilidad de las actitudes (actitudes cristal/actitudes líquido) prestando especial énfasis al papel del posicionamiento contextual del interlocutor. Por eso, en primer lugar se estudiarán los contextos de expresión y sus implicaciones discursivas, tanto en situaciones interpersonales como en colectivas, y sus efectos en las encuestas. En segundo lugar se analizarán los sesgos perceptivos en la comunicación y su influencia específica en la comunicación política.

*Docente: **Francisco Elejabarrieta***

Director del Departament de Psicologia Social de la Universitat Autònoma de Barcelona.

Publicidad y política

Análisis de los elementos específicos que configuran la publicidad y su transformación en publicidad política.

*Docente: **Mario Herreros***

Profesor e investigador del Departament de Comunicació Audiovisual i de Publicitat en la Universitat Autònoma de Barcelona.

MÓDULO DE COMUNICACIÓN

Organización de la Comunicación

Gabinetes de Comunicación

Análisis del proceso de transición de un modelo basado en labores de información propias de un Gabinete de Prensa, hacia actividades propias de la Dirección de Comunicación.

*Docente: **Lluís Garriga***

Periodista. Jefe de prensa del Ajuntament de Barcelona desde 1999. Ha trabajado en la Televisión Española de Cataluña donde ha desarrollado distintas responsabilidades. Fue responsable de los informativos al Canal Olímpic durante los juegos de Barcelona'92. También ha trabajado en el Diari de Barcelona de donde fue su redactor jefe.

La política en la sociedad de la información

La nueva sociedad informacional implantará un modelo virtual global que transformará radicalmente el espacio y el tiempo. Un mundo basado en una comunidad de comunidades informacionales que enlazaran gobiernos, instituciones y empresas y abrieran espacios globales. Se estudiará el impacto de las nuevas tecnologías.

*Docente: **Santiago Ramentol***

Doctor en Ciencias de la Comunicación, es profesor titular de Comunicación Científica de la Universitat Autònoma de Barcelona. Es autor del libro Els silencis de la ciència (Editorial 3 i 4). Dentro de su actividad profesional, ha sido, entre otros cargos, director de los informativos en catalán de TVE Catalunya, subdirector del semanario Mundo, redactor en jefe de "Cultura i Ciència" de "El Periódico de Catalunya", director del diario "Avui", director del Departamento de Estrategia y de Comunicación de Bassat, Ogilvy Group, jefe de la Unitat de Comunicació i Imatge de la Universidad Autónoma de Barcelona, director de Ràdio Estel y director de Ciencia & Vida (Science & Vie). Desde septiembre de 1999, es secretario general del Consell de la Informació de Catalunya, la institución responsable de la aplicación del código deontológico de la profesión periodística.

Internet y política: cambios en el comportamiento social y político

El curso analiza las herramientas de comunicación y gestión del activismo político y social, el uso que se hace en distintos países, las aplicaciones de las últimas tecnologías para comunicación política y su repercusión social, así como los cambios de comportamiento social y político que pueden generarse.

*Docente: **Teresa Turiera***

Periodista y Politóloga. Máster en Relaciones Internacionales por la Universidad de Columbia, Nueva York. Ha sido corresponsal en Bruselas y delegada en Madrid de Catalunya Ràdio. Ha coordinado la creación y contenidos del portal institucional de la Presidencia Española de la Unión Europea (2001) y ha sido responsable de programas de Catalunya Ràdio.

Discurso político

Comentario político

Las diferentes formas que el comentario político toma en los medios audiovisuales y en los medios escritos. Hace falta una opinión documentada, construir la opinión sobre algunos elementos objetivos que enriquecen al lector y aportan credibilidad a los puntos de vista del articulista.

Docente: Joan B. Culla

Profesor de Historia Contemporánea de la Universidad Autónoma de Barcelona desde el 1977 y autor de una decena de libros, el último de los cuales es “El mundo contemporáneo” (Círculo de Lectores, 2000). Desde hace una década, cultiva semanalmente el articulismo de análisis político (en los diarios Avui y El País, principalmente), colabora de manera regular en los medios radiofónicos (Catalunya Ràdio, COM Ràdio...) y es director del programa “Segle XX” en Televisió de Catalunya.

Prensa, partidos y política

Análisis de las relaciones que se establecen entre los diferentes actores que forman parte de la política.

Docente: Francesc-Marc Álvaro

Licenciado en Ciencias de la Información por la Universitat Autònoma de Barcelona, sigue profesionalmente la política catalana y española desde 1989. Escribe en La Vanguardia y colabora en Catalunya-Ràdio, Ràdio Barcelona y Ràdio 4. Es profesor de periodismo político en la Facultad de Comunicación Blanquerna de la Universitat Ramon Llull. Es Premio Nacional de Periodismo. Ha escrito diversos libros, el último de los cuales titulado “Ara sí que toca! Jordi Pujol, el pujolisme i els successors” (Edicions 62).

Política y medios de comunicación

Como relacionarse con los medios de comunicación

Los medios de comunicación audiovisual ocupan un papel cada vez más relevante en nuestra sociedad. Hace falta establecer políticas de comunicación específicas para los medios, para llegar con eficacia a la opinión pública. Conocer recursos y técnicas y las diversas tipologías de entrevista en radio y TV.

Docente: Jordi Llonch

Director de la Agencia de Comunicación Local (COM Ràdio). Profesor de radio y televisión en los Estudios de Periodismo de la Universitat Pompeu Fabra. Desde hace veinticinco años trabaja como periodista en diversos medios de comunicación escritos, especialmente audiovisuales; en Televisión Española, como director y presentador del Informativo del Mediodía y subdirector de los Servicios Informativos, y en Ràdio Nacional d'Espanya como jefe de los Serveis Informatius.

Política y medios de comunicación

No es suficiente implementar buenas políticas sino que, además, es necesario que estas medidas se publiciten delante de la opinión pública para obtener el resultado deseado. Por tanto, es esencial que los políticos se comuniquen con todos los sectores y que conozcan las herramientas que faciliten esta comunicación.

Docente: Joan Manuel Tresserras

Doctor en Ciencias de la Información. Profesor del Departamento de Periodismo y Ciencias de la Comunicación de la UAB. Miembro del Consell de l'Audiovisual de Catalunya. Premio de investigación sobre Comunicación de Masas del Centre d'Investigació de la Comunicació de la Generalitat de Catalunya (1989). Premio Joan Fuster de ensayo (1994). Es coautor de los informes sobre “Seguimiento del impacto social de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación”, patrocinados por la Fundació Jaume Bofill, y ha coordinado el bloque “Cultura” del Informe para la Cataluña del 2000. Fue director del Departamento de Periodismo y Ciencias de la Comunicación de la UAB (1991-1993), Coordinador de la licenciatura de periodismo de la misma Universidad (1997-1999). Consejero de la CCRTV (2000).

Política y medios de comunicación

Análisis de la relación entre los medios de comunicación y el mundo de la política: políticos i partidos.

Docente: Lourdes Martín Salgado

Periodista y columnista de El Mundo. Autora del libro Marketing polític (ed. Paidós). Doctora en Comunicación y Máster de Administración Pública de la Universidad de Harvard. Fue asesora del gabinete de la Presidencia del Gobierno de José M. Aznar.

MÓDULO INSTITUCIONAL

Gobierno relacional

Dirección Pública

La modernización del gobierno local. Antecedentes y dimensiones del problema.

El cambio de la forma de gobierno local en los municipios de gran población.

La función directiva local en los municipios de gran población: una experiencia de modernización de la administración local?

Docente: Rafael Jiménez Asensio

Catedrático de Derecho Constitucional de ESADE-Universitat Ramon Llull. Anteriormente ha impartido Derecho Constitucional en las Universidades del País Vasco, Pompeu Fabra y en la Escuela Judicial (Consejo General del Poder Judicial). Ha sido letrado del Servicio Jurídico del Gobierno Vasco y jefe de estudios del Instituto Vasco de Administración Pública. Actualmente es jefe de los servicios jurídicos del Ajuntament de Barcelona.

Gobierno relacional

Analiza las relaciones entre los ciudadanos y la administración pública, las nuevas formas de prestación de servicios públicos así como el paso entre la eficiencia y la gestión compartida.

Docente: Miquel Salazar

Director general de Política Financera i Assegurances de la Generalitat de Catalunya. Licenciado en derecho por la Universitat de Barcelona y Máster en Función Gerencial en Administraciones Públicas por ESADE. Funcionario de la Diputació de Barcelona, donde últimamente ejercía de coordinador-gerente en la Àrea de Règim Interior, Hisenda i Planificació.

Competencias para desarrollar un gobierno relacional eficaz

Las herramientas necesarias para que la acción de gobierno y la interacción de sus miembros y políticas sectoriales tengan un apoyo explícito y una red de relaciones que permitan gobernar con éxito.

Docente: Manuel Muntada

Socio directivo de OPSNEO.

Proceso de toma de decisiones

El mundo político de la toma de decisiones sigue unos mecanismos formales. La sesión tratará de los procesos no formales de toma de decisiones, en los cuales se toman las decisiones: las presiones, las contriciones legislativas, los grupos de presión, los propios partidos, las resistencias de la administración, etc. En resumen, plantear la realidad con que se encuentran los actores políticos, a la hora de actuar efectivamente como gobierno, tanto a escala municipal como autonómico.

Docente: Jesús Maestro

Licenciado en Ciencias Políticas y en Historia por la Universitat Autònoma de Barcelona. Analista del Institut de Ciències Polítiques i Socials. Regidor del Ajuntament de Barcelona (1999-2003). Vicepresidente de la Diputació de Barcelona (1999-2003). Secretario de Cooperación Exterior de la Generalitat de Catalunya (2004). Autor de distintos textos sobre ciencia política, cultura política, partidos políticos, política internacional y cooperación al desarrollo.

Democracia local y participación

Los fundamentos de la participación ciudadana: la participación como problema o como oportunidad?

Participación ciudadana en el mundo local. Una aproximación a algunas experiencias: procesos y resultados.

Nuevas tecnologías y democracia local: el proyecto Consensus.

Docente: Jordi Sánchez

Director de la Fundació Jaume Bofill. Profesor de Ciencia Política en la Universitat de Barcelona y en la Universitat Oberta de Catalunya. Fue miembro de la Corporació Catalana de Ràdio i Televisió (1999-2004).

Gestión de la Comunicación en el Gobierno Local

Comunicación interna

Análisis de la estructura organizativa interna de las administraciones y las formas de comunicarse entre los distintos espacios que la componen.

Docente: Loreto Rubio

Directora de Relaciones Externas y Calidad. Sector de Seguridad y Movilidad, Ajuntament de Barcelona.

E-gobierno

Se analizará la situación actual en Cataluña y España, el marco legislativo y todos los protagonistas implicados: electos, técnica y ciudadanos. Al mismo tiempo, se identificarán los ámbitos socioeconómicos que intervienen así como las políticas de información y comunicación a través de la red.

Docente: Jordi Pericàs

Secretario general del Consell de l'Audiovisual de Catalunya (desde marzo 2006), director general de Consorci LOCALRET (2002-2006), director de los servicios de Recursos Internos y Sistemas de la Diputació de Barcelona (1997-2002), jefe del servicio de informática y telecomunicaciones de la Diputació de Barcelona (1987-1996). Vicepresidente de la Agencia Catalana de Certificació (2004-2006) y de la comisión ejecutiva de la Administració Oberta (2004-2006). Licenciado en ciencias matemáticas (Universitat de Barcelona), diplomado en función gerencial para las administraciones públicas, ESADE (Universitat Ramon Llull).

Las redes y partenariados

Introducción: una perspectiva de gestión de las redes de políticas

Gobernabilidad local: nuevas interacciones gobierno-sociedad

El acercamiento de redes a la gobernabilidad

Policy networks

Partenariados público-privados

Estudio de caso: los partenariados público-privados para la gestión de centros urbanos

Docente: Tamyko Ysa

Profesora del Institut de Direcció i Gestió Pública (IDGP) y del Departamento de Política de Empresa de ESADE. Master of Sciences en Administración Pública y Políticas Públicas (London School of Economics and Political Science). Licenciada en Ciencia Política y de la Administración, y en Derecho (UB). Ha sido investigadora de la Fundació Carles Pi i Sunyer d'Estudis Autònoms i Locals, y profesora de Ciencia Política en la Universitat de Barcelona.

TALLERES

Estrategia y comunicación

Docente: Xavier Roig

Periodista y licenciado en Derecho, director del Gabinete del Alcalde de Barcelona (1983-1996), después de haber ejercido profesionalmente el periodismo en diversos medios de Barcelona (1966-1979) y de un período de trabajo como traductor en instituciones del sistema de Naciones Unidas en Ginebra (1980-1981) fue director de la campaña de Pasqual Maragall en las elecciones al Parlamento de Cataluña de 1999 y posteriormente formó parte del equipo de Joaquín Almunia en las elecciones generales de 2000.

Estrategias de coaliciones

Los diferentes pasos y actitudes que toman los actores que forman parte de coaliciones, tanto electorales como gubernamentales. Los intereses diferenciados de los pequeños y de los grandes. Pautas generales de comportamiento.

Docente: Jordi Matas

Profesor titular del Departament de Dret Constitucional i Ciències Polítiques a la Universitat de Barcelona.

Docente: Josep Maria Reniu

Profesor lector de Ciencia Política y de la Administración en la Universitat de Barcelona.

Conocer a los ciudadanos

Técnicas y maneras de saber las aspiraciones de la ciudadanía y su reacción frente a las actitudes y las propuestas que las formaciones políticas plantean en una campaña política, electoral o no. Fundamentos para el modelado del mensaje y de la acción política.

Docente: Àngels Pont

Licenciada en Ciencias Económicas y Empresariales, especialidad Sociología y Política por la Universidad de Barcelona (1981-1986). Ex-directora de VOXPUBLICA Catalunya. Desde 1988 asumió la dirección del Departament d'Estudis d'ICB, y a partir de 1996 pasa a dirigir el Departament d'Estudis i Avaluació de l'Ajuntament de Barcelona. Entre las investigaciones que ha dirigido está el Programa d'Estudis Sociològics de l'Ajuntament de Barcelona (1996-1999) en el que se incluye la encuesta de servicios municipales, el barómetro de opinión trimestral, la encuesta de calidad de la ciudad y la encuesta de valores sociales. Actualmente es directora de GESOP.

Liderazgo y creatividad

El nuevo liderazgo social y político acentúa la responsabilidad, el valor del pensamiento estratégico, la generación de consenso en el entorno de propuestas de gobierno, saber anticiparse a los problemas, acción política integral y dinamización de la creatividad social.

Docente: Jordi López

Doctor en Biología por la Universitat de Barcelona y diplomado por ESADE en Función Gerencial de la Administración Pública. Ha desarrollado diversas actividades directivas en la Administración Local y en los procesos de mejora de la calidad de los servicios públicos. Actualmente es Cap del Servei de Formació Local de la Diputació de Barcelona. Experto en el ámbito de formación de electos locales, directivos y empleados públicos. Ha colaborado con diversas instituciones públicas de formación de directivos.

Dirección de campañas

Técnicas y prácticas de como se dirige una campaña. Los planteamientos iniciales y como pueden variar a causa de acontecimientos externos, de la actitud de los contrincantes y/o de los resultados de los sondeos, cuantitativos y cualitativos. Necesidad de liderar la dirección por encima, a menudo, de voluntades de los actores políticos.

Docente: Pere Oriol Costa

Coordinador de Tercer Cicle de Periodisme i Ciències de la Comunicació en el Departament de Periodisme i de Ciències de la Comunicació en la Universitat Autònoma de Barcelona.

Publicidad política: las imágenes de la política

Elementos específicos que configuran la publicidad política. Ejemplos prácticos extraídos de campañas electorales en Cataluña, España y los Estados Unidos. Análisis de la transformación de los planteamientos formales y de los contenidos de las imágenes de la política.

Docente: Enric Casas

Titulado por ESADE en Alta Dirección de Empresas (ADE 1995) ha sido responsable de la creación y evolución de la imagen municipal e impulsor de la campaña "Barcelona més que mai", así como del resto de campañas institucionales que el Ayuntamiento ha hecho posteriormente. Desde el año 1996 es director de Comunicación Corporativa y Calidad del Ayuntamiento de Barcelona. Desde esta Dirección se implanta la estrategia global de las diferentes actuaciones de comunicación, promoción, imagen e identidad corporativa para el conjunto del Ajuntament. Miembro del PSC (PSC-PSOE) desde su fundación, la Comissió Executiva Nacional lo nombró en el año 1999 Coordinador de Campaña para las elecciones municipales, autonómicas y generales.

Publicidad y política

Necesidad de comunicación a través de la publicidad, tanto directa como indirecta. En los últimos años la frontera entre publicidad y política se ha difuminado debido a la necesidad que la cosa pública tiene de usar las herramientas publicitarias para transmitir su mensaje.

Docente: Antoni Puig

Trabajador público municipal, en áreas de innovación, en el Ajuntament de Barcelona: director de los departamentos de jóvenes, las asociaciones civiles, la revista interna... Actualmente, asesor de comunicación. Profesor de Marketing en el Institut de Direcció i Gestió Pública de ESADE. Consultor para el sector administrativo y asociativo de España y Latinoamérica. Y autor de libros y conferenciante transoceánico.

Organización de la comunicación

La transmisión de las opiniones y de las propuestas en una campaña bien desde la acción de gobierno u oposición, necesita una profesionalización que pasa por la creación de un buen gabinete comunicativo y una excelente relación con los medios, así como por una estrategia clara.

Docente: Margot Pascual

Licenciada en Ciencias de la Información y Máster en Ciencia Política por la Universitat Autònoma de Barcelona. Especializada en la dirección de Gabinetes de Comunicación, tanto en el mundo de la Administración como de la empresa. Jefe de prensa del grupo Entesa Catalana de Progrés en el Senado español. Y, actualmente, responsable del Gabinet de Comunicació del Departament de Justícia de la Generalitat de Catalunya.

Oratoria política

Para ser eficaz, el discurso ha de ser emocionante. La Retórica es la tecnología que permite llegar a emocionar al auditorio. Como argumentar, como decir el discurso para producir emociones concretas en auditorios concretos.

Docente: Xavier Fàhndrich

Periodista y Político. Profesor asociado de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociología (UAB). Consultor de márketing y comunicación. Socio y apoderado de Estratègia Local, equipo de consultores de estrategia, organización y márketing para el sector público. Ha sido profesor de oratoria de políticos locales en el Curso de Capacitación para el Trabajo Político Local d'EUDEL, en el Aula d'Electes Locals de l'ACM, en la FELIB, en la FEGAMP, en el Institut de Formació de CDC, y de la Escuela para las Administraciones Públicas de Caixanova, entre otros.

Construir un discurso

Discurso y relato. Modelos de referencia y detección de contenidos. El carácter tridimensional del mensaje y los ejes y mapas de confrontación política en la postmodernidad. Ejemplos y supuestos prácticos de elaboración. La estructura mediática del discurso. Argumentario y rasgos formales. Construcción de textos.

Docente: Carles Castro

Redactor de Política de La Vanguardia. Profesor en la Univeritat Pompeu Fabra.

Diseño

Como ha evolucionado la presentación de las diferentes campañas en Cataluña. La necesidad de hacer atractivo el mensaje para hacer llegar a los grupos de ciudadanos a los cuales se pretende llegar.

Docente: Vicenç Viaplana

Diseña desde el año 1978. A partir de este año, desarrolla numerosos programas gráficos y cambios de imagen para empresas e instituciones. Entre los clientes para los cuales ha trabajado podemos destacar: Fundació "la Caixa", El Bulli, Museu Marítim de Barcelona, Centro Insular de Cultura. Las Palmas de Gran Canaria, Diputació de Barcelona, y un largo etcétera. Entre 1981 y 1985 diseña los cambios de imagen y nuevos símbolos de: Compañía Telefónica Nacional de España y Agencia Efe entre muchos otros. Habitualmente, expone su obra artística tanto individual como colectivamente con otros autores.

Actuar en Televisión

El medio que llega a mas número de ciudadanos, como utilizarlo, su influencia real, los diferentes canales. Como utilizarlos para difundir los mensajes que se quiere por parte de los actores políticos.

Docente: Bárbara Arqué

Licenciada en Ciencias de la Información y Ciencias Políticas y Sociología por la Universitat Autònoma de Barcelona. Periodista de los Servicios Informativos de TV-Televisió de Catalunya. Presenta la franja matinal del canal 3/24.

Docente: Jordi Eroles

Periodista de los Servicios Informativos de TV-Televisió de Catalunya

Docente: Manel Mateu

Profesor Asociado de Periodismo audiovisual en la Universitat Autònoma de Barcelona. Periodista de los Servicios Informativos de TV-Televisió de Catalunya desde 1983.

Créditos para cursar:

Son necesarios cursar 62 créditos: 20,4 teóricos, 21,6 prácticos 14 prácticas en empresas o instituciones y 6 consistentes en un trabajo de investigación que deberá realizarse bajo la dirección del profesorado.

Requisitos de admisión:

- Licenciado universitario
- Profesional en ejercicio

Titulación:

Master en Marketing Político: estrategias y comunicación política.

En caso de no tener la titulación previa, se obtendrá un certificado de aprovechamiento.

Evaluación:

Asistencia a las clases, talleres y sesiones de trabajo acreditada con firma, realización de prácticas y elaboración de un trabajo de investigación bajo la dirección de los tutores asignados.

Prácticas:

Se realizarán en gabinetes de comunicación y de estudios de partidos políticos, instituciones y empresas de comunicación y de opinión.

Calendario:

Docencia presencial: de octubre de 2007 a julio de 2008, y de septiembre a octubre de 2008.

Periodo de prácticas: de septiembre a diciembre de 2008

Trabajo de investigación: de enero a junio de 2009

Precio:

Matrícula, 4.000€. Incluye todo el material de las sesiones y las actividades complementarias.

La selección de los aspirantes se realizará por currículum académico.

Modalidades de pago:

- En un único pago, con posibilidad de financiamiento a través de Caixa Catalunya y “la Caixa”.
- En dos plazos (octubre-enero)

Preinscripción:

Del 2 al 27 de julio y del 3 al 21 de septiembre de 2007, por teléfono, correo electrónico o personalmente, en la sede del ICPS, de 10 a 14 horas. Es imprescindible entregar un Currículum Vitae.

La tasa de preinscripción es de 50€ a cuenta del importe de la matrícula.

Este importe se devolverá en el caso de no ser admitido y la devolución caducará al final del curso 2007/08, si el alumno/a no se presenta en la secretaría para hacerlo efectivo.

Para aspirantes procedentes de otros países, se pueden estudiar períodos diferentes de preinscripción.

Matriculación

Del 1 al 11 de octubre. Previamente, secretaría fijará y comunicará el día y la hora a los admitidos.

Documentación obligatoria que deberá entregarse:

- Acreditación de la licenciatura (fotocopia compulsada)
- Fotocopia del DNI o pasaporte
- 2 fotografías actualizadas tipo carné

Para información adicional contactar con:

Institut de Ciències Polítiques i Socials

C/ Mallorca 244, pral.

08008 Barcelona

Teléfono: 34 93 487 10 76 (Mercè Sala)

Fax: 34 93 487 11 49

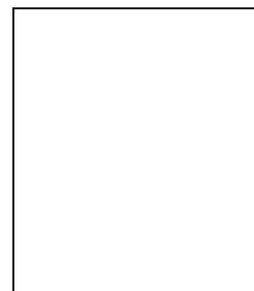
Dirección electrónica: salamm@diba.cat

Dirección internet: www.icps.cat

MÁSTER EN MARKETING POLÍTICO
Estrategias y comunicación política

Ficha del alumno/a

Curso 2007-2009



Nombre

Apellidos

Dirección

Teléfonos de contacto

E-mail

Formación universitaria

.....

Español

Idiomas Inglés

Francés

Actividad profesional.....

.....

Intereses profesionales futuros

.....

Interés en cursar el Máster en marketing político.....

.....

.....

.....

Tramitar, juntamente con el currículum, por correo electrónico, correo postal, o personalmente, a:

Sra. Mercè Sala, responsable de secretaría

Institut de Ciències Polítiques i Socials

c/ Mallorca 244, pral. 08008 Barcelona

e-mail: salamm@diba.cat

Tel. 93 487 10 76