

1. Denominación:

Diplomado en Comunicación de Gobierno y Marketing Político
“Claves para hablar con los ciudadanos”

2. Fundamentación

La era digital exige nuevas competencias para atender las demandas de información que surgen en las sociedades actuales. Las organizaciones requieren profesionales preparados para afrontar la comunicación de la gestión pública, de cara a una ciudadanía mejor informada, con mayores demandas y herramientas, que les brinda un mundo globalizado.

En este sentido, surge la necesidad de fomentar y ampliar los espacios para la profesionalización de la comunicación política. Es por esto que, a partir de la alianza estratégica de la Universidad del Norte Santo Tomás de Aquino - UNSTA y Meraki Consultora Política, en este trayecto formativo se busca afianzar la especialización en la comunicación política de forma global, integrando desde las semejanzas y diferencias de cada campaña electoral y gestión de gobierno, el valor agregado de la acertada interpretación del contexto y cada realidad geográfica para la implementación de diferentes herramientas de la comunicación política. El mercado electoral se vuelve cada vez más profesional y competitivo, por lo que marcar la diferencia y conectar con el electorado se ha convertido en un desafío progresivamente más difícil para los profesionales que rodean los equipos políticos e institucionales de gobierno.

La política no se trata simplemente de poder, la política implica comunicación estratégica y manipulación de la agenda política; sea un líder político que motive a los ciudadanos a elegirlos o sea un gobierno que busca la aceptación de sus políticas públicas, resulta necesario en última instancia del despliegue de una buena comunicación, entendiendo el contexto, a un público objetivo, con precisión y eficacia del mensaje, y sobre todo en un marco de credibilidad.

Por ello el Comunicación de Gobierno y Marketing Político busca formar a profesionales en la materia, dotándolos de las herramientas y mecanismos necesarios para el desarrollo de una mejor comunicación política que sea capaz de entender y hablar con los ciudadanos.

3. Objetivos

- Incrementar los conocimientos y mejorar las habilidades para un adecuado desempeño profesional en los gabinetes de comunicación política electoral y de gobierno.
- Ampliar los espacios para la profesionalización de la comunicación política.
- Comprender el cuadro general y contextual del ambiente político y social para diseñar estrategias y tácticas de comunicación acordes.

4. Destinatarios

El Comunicación de Gobierno y Marketing Político tiene como principal público destinatario a todas aquellas personas que, por el ámbito de su labor cotidiana o por su formación académica, estén directamente vinculadas al ámbito de la consultoría política, asesoramiento o comunicación políticos.

5. Duración

El Diplomado en Comunicación Política y de Gobierno será 100% de cursado online y tendrá una carga horaria de 180 horas distribuidas en:

- Clases teóricas
- Clases prácticas
- Investigación y análisis
- Desarrollo de trabajo final

Con una duración de cuatro (4) meses de cursado curricular y trabajo final.

El comienzo del Diplomado será desde el viernes 20/08/21 al sábado 30/10/21 y el cursado de las clases serán:

- Todos los viernes de 19:00 a 21:00 horas
- Todos los sábados de 10:00 a 12:00 horas

6. Planificación y Organización

El Comunicación de Gobierno y Marketing Político, se desarrollará en el marco de seis (6) módulos teórico-prácticos con la posibilidad de invitar docentes, referentes y expertos a participar del dictado especial de una master class en el marco de cada módulo o área temática.

Módulo	Clase	Fecha	Prof. a cargo
1- La comunicación política	1	27/08/2021	Lorena Sarverry
	2	28/08/2021	Marcelo Caram
2- Investigación y Opinión Pública	3	03/09/2021	Patricio Adorno
	4	04/09/2021	
	5	17/09/2021	
	6	18/09/2021	
3- Comunicación en Gobierno e Instituciones	7	24/09/2021	Santiago Gonzalez Diaz
	8	25/09/2021	
	9	01/10/2021	
	10	02/10/2021	
4- Formación Humanística	11	15/10/2021	Ricardo von Buren
	12	16/10/2021	
5- La Campaña Electoral	13	22/10/2021	Mauricio Formoso
	14	23/10/2021	
	15	29/10/2021	
6- Marketing Político	16	30/10/2021	Alexandra Morales
	17	05/11/2021	
	18	06/11/2021	

7. Evaluación

Los alumnos del Diplomado deberán presentar al final del cursado un Trabajo Integrador Final sobre el análisis de una campaña electoral hasta el 02/10/2021 a las 12:00 am; que servirá como evaluación final para la aprobación del Diplomado.

8. Plan de Estudios

- **Módulo: Principios de la Comunicación Política**
 - Introducción a la comunicación política
 - Teoría de la comunicación política.
 - La era digital y la comunicación política.

- **Módulo Investigación y Opinión Pública:**
 - Introducción a la investigación política.
 - Investigación aplicada a la estrategia electoral: influencia de las reglas electorales, de la historia política y electoral. El perfil del electorado. El análisis histórico electoral.
 - Investigación aplicada a la comunicación política: big data y comunicación política. Las comunidades digitales.
 - Estudios de opinión pública: tipos y objetivos. El aspecto metodológico y el aspecto político.

- **Módulo: Comunicación en Gobierno e Instituciones**
 - La comunicación estratégica de gobierno. Gobierno Abierto
 - Comunicación de políticas públicas y acciones de gobierno.
 - Gobiernos creativos: “Marca Ciudad”.
 - Comunicación política de gobiernos locales.

- **Módulo: Formación Humanística**
 - Naturaleza de la ética. Concepto y objeto de estudio.
 - La persona. La acción humana.
 - Los diversos actos humanos. La libertad y la responsabilidad.
 - La ética en la toma de decisiones.
 - La ética en la función pública.
 - La observancia de la cuestión social.
 - La cuestión social en la formulación de las políticas públicas.

- **Módulo: Campaña Electoral**
 - Planificación estratégica de la campaña electoral. Estrategia electoral
 - Cuarto de guerra y equipos de campaña.
 - El candidato, sus oponentes y el mensaje electoral.
 - Agenda, medios y propaganda política.

- Estudio de Caso: La campaña electoral en Perú en contexto de pandemia.
- **Modulo: Marketing político**
 - La incorporación de las herramientas del marketing político dentro de la comunicación política en Argentina y el mundo.
 - Cómo construir la Marca Política y Marca personal de un político.
 - Relato Político. Análisis de la construcción de los relatos como ejes de campañas. Ciclos de relatos y el uso del Storytelling como herramienta principal.
 - La importancia de la oratoria en la construcción de la marca política.

9. Plataforma de Cursado

El cursado se llevará adelante a través de la plataforma online de la Universidad del Norte Santo Tomás de Aquino y las clases presenciales serán a través de la plataforma gratuita Google Meet

10. Docentes

Lorena Sarverry

Licenciada en Ciencias Políticas (UNSTA). Máster en Investigación de Mercados, Medios y Opinión (UCES). Maestrando en Relaciones Internacionales (Univ. Austral). Docente de Comunicación Política en la Licenciatura en Ciencias Políticas de UNSTA. Coordinadora de la Licenciatura en Ciencias Políticas de UNSTA.

Santiago Gonzalez Diaz

Licenciado en Ciencias Políticas (UNSTA). Máster en Gestión Política (UCA-Córdoba). Doctorando en Filosofía (UNCUYO). Docente de Filosofía Política en Licenciatura en Ciencias Políticas de UNSTA. Director de Licenciatura en Ciencias Políticas de UNSTA

Alexandra Morales

Es consultora en comunicación política. Politóloga argentina con un Máster en Marketing Político y Comunicación por la Universidad Autónoma de Barcelona (@UABMMP) y el ICPS. Se desempeña en el mundo de la consultoría tanto privada como política. Es directora de

Meraki consultoría política. Se especializa en comunicación política y pública institucional y comunicación estratégica. En los últimos años trabajó en campañas electorales en España, México y Argentina. Actualmente es docente universitaria en las cátedras de Sociología Política y Comunicación y Marketing Político en la Universidad de San Pablo Tucumán.

Mauricio Formoso

Licenciado en Ciencias Políticas (Unsta), posgrado en Ciencias Políticas (UNT), posgrado en Comunicación Política e Institucional (UCA) y especialización en Planificación Estratégica y Gestión por Resultados (IPAP - CIPPEC). Desde 2016 forma parte de la Comunidad de Profesionales y Expertos en Latinoamérica y el Caribe en Gestión para Resultados en el Desarrollo (CoPLAC-GpRD) del Banco Interamericano para el Desarrollo (BID). Actualmente docente de grado en la Universidad del Norte Santo Tomás de Aquino en la cátedra de Formulación y Evaluación de Proyectos.

Patricio Adorno

Es licenciado en Ciencias Políticas por la Universidad del Norte Santo Tomás de Aquino y actualmente, maestrando en Estudios Electorales por la Universidad Nacional de San Martín. Es docente de grado en la Universidad del Norte Santo Tomás de Aquino en las cátedras de Elementos de Teoría Política y de Argumentación. Desde 2017 es director de proyectos de la Asociación Civil de Estudios Populares con sede en la provincia de Tucumán. Es miembro fundador de la Asociación Latinoamericana de Comunicación y Análisis Político con sede en Caracas.

Ricardo Von Buren

Abogado y Procurador (UNT). Máster en Ética Social a la luz de la Doctrina Social de la Iglesia (UPAEP, México). Doctorando en Ciencias Jurídicas (UCA). Decano de la Facultad de Ciencias Jurídicas, Políticas y Sociales de la Universidad del Norte Santo Tomás de Aquino (UNSTA). Docente de Filosofía del Derecho y de Doctrina Social de la Iglesia en UNSTA. Director General del Diplomado en Doctrina Social de la Iglesia de UNSTA.

- **Docentes Invitados**

Brissa Arroyo - Secretaria General de comunicación del PRD México
(falta agregar todos los que se vayan sumando)

11. Bibliografía

- **Maarek, P.** Marketing político y comunicación. Claves para una buena información política. (Paidós Comunicación, 2009). Barcelona.
- **Canel, M. Jose.** Comunicación política. Una guía para su estudio y práctica. (Tecnos, 2006).
- **Schröder, P.** Estrategias políticas. (Fundación Friedrich Naumann) México 2012. ISBN 0-8270-4733-9
- **D' adamo, O. y Veaudoux, V.** "Comunicación Política: narración de historias, construcción de relatos políticos y persuasión". Comunicación y Hombre. (2016, nº12. pp. 23-39).
- **Calvo, A.** Pronósticos electorales con encuestas: técnicas generalmente utilizadas y errores recientes. Universidade de Coruña. (2017).
- **Reyes Montes.** Reflexiones sobre la comunicación política. Espacios Públicos, vol. 14, núm. 30, 2011. México.
- **Sarasqueta, G.** "Anatomía del relato político: conceptualización, funciones y piezas de una herramienta comunicacional estratégica. El caso del presidente Mauricio Macri (2015 - 2018)"
- **Arbour, B.** Candidate-Centered Campaigns: Political Messages, Winning Personalities, and Personal Appeals. Palgrave Macmillan (2014)
<https://bok.lat/book/2945153/3773a7>

12. Coordinación Diplomado

NADIA GONZÁLEZ

Magíster en Administración de Empresas, Lic. en Comunicación Social, Técnica en Periodismo, Locutora Nacional, Diplomada en "Estrategia de ciberseguridad e Inteligencia en ciberdelitos" y en "Logística Organizativa, Imagen y Ceremonial". Doctorando en Comunicación en la línea de investigación "Comunicación y Nuevas Tecnologías". Docente y Coordinadora Administrativa de Decanato en la Facultad de Ciencias Jurídicas, Políticas y Sociales de UNSTA.

13. Requerimientos institucionales

- Difusión por todos los canales institucionales de la Universidad, con especial énfasis en las redes sociales y mails dirigidos para alumnos y ex alumnos de todas las carreras.
- Sistema de inscripción
- Confección estética y gráfica del Diplomado
- Emisión de diplomas digitales
- Plataforma online

14. Precio

El precio total del Diplomado es de \$12.000 finales.

Público en Gral.: Matrícula \$3.000 + 3 cuotas de \$3.000

Alumnos/docentes/egresados UNSTA.: Matrícula \$2.500 + 3 cuotas de \$2.500

15. Cupo mínimo

20 personas