



Diseño y Planificación de
campañas electorales I:
sociología política, estrategia
electoral y problemática
Jurídica

Máster Universitario en
Comunicación política y Gestión
de crisis y Emergencias
2023-24



UNIVERSIDAD
NEBRIJA

GUÍA DOCENTE

Asignatura: Diseño y Planificación de campañas electorales I: sociología política, estrategia electoral y problemática Jurídica.

Titulación: Máster Universitario en Comunicación política y Gestión de crisis y Emergencias

Curso Académico: 2023-24

Carácter: Obligatoria

Idioma: Español

Modalidad: Presencial / A distancia

Créditos: 3

Curso: 1º

Semestre: 2º

Profesores/Equipo Docente: Dr. D. Juan Miguel Becerra Vila / D. Victor García de la Vega

1. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1.1. Competencias

- Crear una campaña electoral de acuerdo a los factores internos y externos.
- Aplicar los procesos de creación de un plan estratégico de campaña electoral, incorporando técnicas de comunicación innovadoras.
- Desarrollar eventos políticos y actos electorales para reforzar la imagen del candidato y el propio partido, así como elevar la intención de voto.
- Aplicar los conocimientos adquiridos en el contexto general de las organizaciones, tanto del ámbito público como privado y, de manera especial, en la comunicación política y gestión de crisis y emergencias.
- Demostrar la autonomía necesaria para adaptarse a un entorno cambiante y con múltiples desafíos, propios del campo de la comunicación política.
- Controlar las técnicas y dinámicas que se aplican en la comunicación política y en la gestión de crisis y emergencias.
- Resolver problemas y tomar decisiones eficaces ante problemas planteados y situaciones de alto nivel competitivo en el entorno de la comunicación política.
- Utilizar el trabajo en equipo de forma eficaz en el contexto de la comunicación política y gestión de crisis y emergencias.
- Controlar las herramientas digitales necesarias para las estrategias en procesos electorales, situaciones de crisis y emergencias de empresas privadas, instituciones públicas y organizaciones no gubernamentales.
- Manejar las habilidades de comunicación oral y escrita para desarrollar de forma eficaz presentaciones de proyectos de comunicación política y gestión de crisis y emergencias.

1.2. Resultados de aprendizaje

Planificar una campaña electoral teniendo en cuenta el objetivo, la audiencia, el contexto social y el marco regulador.

2. CONTENIDOS

2.1. Requisitos previos

Ninguno

2.2. Descripción de los contenidos

Análisis del objetivo y de la audiencia, contexto y situaciones anexas a la campaña que hagan frente al paradigma comunicacional electoral. Estudio de la evolución de las campañas electorales, la problemática jurídica, los procesos legislativos para el desarrollo de políticas públicas y su adaptación al contexto actual

2.3. Contenido detallado

1.- Introducción.

Presentación y metodología del programa.

2.- Análisis del electorado

Paradigmas electorales
Evolución y desarrollo
Demoscopia - microtargeting

3.-Normativa de campañas electorales

Reglamento de campañas electorales.
Organismos electorales

4.- Proyectos de campaña

Desarrollo de Proyectos en campaña electoral
Políticas públicas en el contexto electoral

2.4. Actividades Dirigidas

Actividad Dirigida 1 (AD1): La primera actividad dirigida consistirá en una presentación en clase del análisis y definición del *target* de un partido político para una campaña electoral. Se deberán consultar encuestas y tratar debidamente los datos.

Trabajo Final: Para la prueba de fin de asignatura, los estudiantes deberán definir, con los datos de la AD1, la agenda política y los marcos de interpretación de la misma, en función del contexto político, medios -tradicionales o red- y los formatos en que se articule.

2.5 Actividades formativas

Modalidad Presencial

Código	Actividad formativa	Horas	Porcentaje de presencialidad
AF1	Clases de teoría y práctica	180	100%
AF2	Trabajo personal del alumno	300	0%
AF3	Tutorías	60	50%
AF4	Evaluación	60	100%
		600	

Modalidad A distancia

Código	Actividad formativa	Horas	Porcentaje de presencialidad síncrona
AF1	Clases de teoría y práctica	120	0%
AF2	Trabajo personal del alumno	300	0%
AF3	Tutorías	60	0%
AF4	Evaluación	120	13%
AF5		600	

2.6 Metodología docente

Código	METODOLOGÍA DOCENTE	DESCRIPCIÓN
MD1	Método expositivo	Exposición por parte del profesor de los contenidos de cada tema por medio de explicaciones y presentaciones en las que se promueve la participación del estudiante.
MD2	Aprendizaje autodirigido	El alumno deberá realizar trabajos o proyectos (individuales o en grupo) que le ayuden a adquirir las competencias y los conocimientos teórico-prácticos de la asignatura.
MD3	Estudio de casos	Análisis de casos que generen un diálogo sistemático y ordenado sobre situaciones y circunstancias reales con fines de aprendizaje. El alumno aprende por descubrimiento, no sólo por recepción, ejercitando su pensamiento creativo y crítico. Requiere el asesoramiento y seguimiento por parte del profesor.
MD4	Aprendizaje basado en proyectos	Aprendizaje basado en la simulación de situaciones profesionales. Bajo un objetivo y con unos recursos, el alumno debe resolver una situación que se asemeje a una situación real de la vida profesional. El alumno aprende por descubrimiento, no sólo por percepción, desarrollando sus habilidades sociales, el trabajo en equipo, el liderazgo, la disciplina y la solidaridad. Requiere el asesoramiento y seguimiento por parte del profesor.
MD5	Taller	Aprendizaje basado en una metodología eminentemente práctica aplicada a la realización de trabajos pre-profesionales bajo la orientación del profesor. El estudiante aprende por descubrimiento y por el seguimiento y feed-back del profesor sobre sus errores o aciertos, ejercitando el pensamiento creativo del alumno, su capacidad de autocrítica y autoexigencia.

MD6	Documentación e investigación	Elaboración de informes en los que el alumno debe recurrir a documentación específica, recursos bibliográficos, recopilación de datos, análisis de estudios e informes, etc., para la redacción de documentos y explicación de conclusiones.
MD7	Aprendizaje instrumental	Aprendizaje a través del uso de herramientas específicas para el ejercicio profesional.

Modalidad presencial: MD1; MD2; MD3; MD4

Modalidad a distancia: MD1; MD2; MD3; MD4

3. SISTEMA DE EVALUACIÓN

3.1. Sistema de calificaciones

El sistema de calificaciones finales se expresará numéricamente, de acuerdo a lo dispuesto en el art. 5 del Real Decreto 1125/2003, de 5 de septiembre (BOE 18 de septiembre), por el que se establece el Sistema Europeo de Créditos y el sistema de Calificaciones en las titulaciones universitarias de carácter oficial y su validez en todo el territorio nacional.

- 0 - 4,9 Suspenso (SS)
- 5,0 - 6,9 Aprobado (AP)
- 7,0 - 8,9 Notable (NT)
- 9,0 - 10 Sobresaliente (SB)

La mención de "matrícula de honor" podrá ser otorgada a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0. Su número no podrá exceder de 5% de los alumnos matriculados en una materia en el correspondiente curso académico, salvo que el número de alumnos matriculados sea inferior a 20, en cuyo caso sólo se podrá conceder una sola Matrícula de Honor.

3.2. Criterios de evaluación

Convocatoria ordinaria

Modalidad: Presencial

Sistemas de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
SE1. Asistencia y participación	10%	10%
SE2. Actividades académicas dirigidas	40%	40%
SE3. Prueba final presencial	50%	50%

Modalidad: A distancia

Sistemas de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
SE1. Asistencia y participación	10%	10%
SE2. Actividades académicas dirigidas	30%	30%
SE3. Prueba final presencial	60%	60%

Convocatoria extraordinaria

Modalidad: Presencial

Sistemas de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
SE1. Actividades académicas dirigidas	40%	40%
SE2. Prueba final presencial	60%	60%

Para poder hacer media con las ponderaciones anteriores será necesario obtener al menos una calificación de 5 en la prueba final presencial.

Modalidad: A distancia

Sistemas de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
SE1. Actividades académicas dirigidas	40%	40%
SE2. Prueba final presencial	60%	60%

Para poder hacer media con las ponderaciones anteriores será necesario obtener al menos una calificación de 5 en la prueba final presencial.

3.4 Restricciones

Calificación mínima

Para poder hacer media con las ponderaciones anteriores es necesario obtener al menos una calificación de 5 en la prueba final. Asimismo, es potestad del profesor que el alumno pueda presentar de nuevo las prácticas o trabajos escritos, si estos no han sido entregados en fecha, no han sido aprobados o se desea mejorar la nota obtenida, siempre en la convocatoria extraordinaria.

Asistencia

El alumno que, injustificadamente, deje de asistir a más de un 25% de las clases presenciales podrá verse privado del derecho a examinarse en la convocatoria ordinaria.

Normas de escritura

Se prestará especial atención en los trabajos, prácticas y proyectos escritos, así como en los exámenes tanto a la presentación como al contenido, cuidando los aspectos gramaticales y ortográficos. El no cumplimiento de los mínimos aceptables puede ocasionar que se resten puntos en dicho trabajo.

3.5 Advertencia sobre plagio

La Universidad Antonio de Nebrija no tolerará en ningún caso el plagio o copia. Se considerará plagio la reproducción de párrafos a partir de textos de auditoría distinta a la del estudiante (Internet, libros, artículos, trabajos de compañeros...), cuando no se cite la fuente original de la que provienen. El uso de las citas no puede ser indiscriminado. El plagio es un delito.

En caso de detectarse este tipo de prácticas, se considerará Falta Grave y se podrá aplicar la sanción prevista en el Reglamento del Alumno.

4 BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía básica

- Alaminos, A., & Alaminos-Fernández, A. F. (2021). Introducción práctica a la sociología electoral. *Sociología Electoral*.
- Gualda, E. (2022). Social big data, sociología y ciencias sociales computacionales. *Empiria: Revista de metodología de ciencias sociales*, (53), 147-177.
- Pacori Paricahua, E. W., Pacori Paricahua, A. K., Pacori Paricahua, J. Y., & Rodriguez Cardenas, E. (2022). Publicación de encuestas electorales frente a la intención de voto en la región andina.
- Peña, J. C. H. (2022). Campañas electorales, "big data" y perfilado ideológico. Aproximación a su problemática desde el derecho fundamental a la protección de datos. *Revista española de derecho constitucional*, 42(124), 41-73.

Bibliografía recomendada

- Gamir-Ríos, J., Cano-Orón, L., & Baviera, T. (2022). Análisis del aumento de seguidores y de la presencia multiplataforma de la clase política en Facebook, Twitter e Instagram en campañas electorales (2011-2019). *Fonseca, Journal of Communication*, (24), 211-231.
- Iturregui Mardaras, L., Cantalapiedra González, M. J., Elorriaga Illera, A., & Caneda Portela, B. (2021). Comparativa de los temas tratados por los principales partidos políticos y sus candidatos en Twitter y sus programas electorales. Análisis de las elecciones generales de 2016 en España. *Palabra Clave*, 24(4).
- Valiente Martínez, F. (2021). Los límites a la libertad de expresión en el discurso político, con especial mención a las campañas electorales.

5. DATOS DEL PROFESOR

Nombre y Apellidos	Dr. D. Juan Miguel Becerra Vila
Departamento	Comunicación
Titulación académica	Doctor en Pensamiento y Análisis Político
Correo electrónico	jbecerra@nebrija.es
Localización	Campus de Princesa. C/ Sta. Cruz de Marcenado, 27 28015 Madrid
Tutoría	Horario de tutoría Contactar con el profesor previa petición de hora por e-mail

<p>Experiencia docente, investigadora y/o profesional, así como investigación del profesor aplicada a la asignatura, y/o proyectos profesionales de aplicación.</p>	<p>Doctor en Pensamiento y Análisis Político, Democracia y Ciudadanía por la Universidad Pablo de Olavide.</p> <p>Licenciado en Ciencias Políticas y Sociología por la UNED.</p> <p>Ha realizado el Máster Universitario en Consultoría, Análisis y Pensamiento Político por la U. Pablo de Olavide, Máster Universitario en Ciencias Políticas y Sociología por la UNED, Máster Universitario en Unión Europea (UNED -FUE) y el Curso de adaptación (CAP).</p> <p>En la actualidad trabaja como director del departamento de análisis de un partido de ámbito nacional.</p> <p>Fundador y director de la consultoría electoral SW Demoscopia. Ha participado en la dirección de campañas electorales en diferentes ámbitos territoriales en España, en más de 1000 sondeos electorales y de opinión desde 1995, tanto en elecciones nacionales como locales en España, así como en elecciones presidenciales y departamentales en Colombia, República Dominicana y Ecuador.</p> <p>Coordinador e investigador en numerosos estudios cualitativos, coordinador en el Laboratorio de Ideas y Prácticas políticas LIPPO, en Universidad Pablo de Olavide. Articulista en infolibre y distintos diarios andaluces.</p>
---	---

Nombre y Apellidos	D. Víctor García de la Vega
Departamento	Comunicación
Titulación académica	Graduado en Derecho, especializado en Derecho Público y de la Administración. Máster en Acceso a la Abogacía. Máster en Business Organization
Correo electrónico	vgarcive@nebrija.es
Localización	Campus de Princesa. C/ Sta. Cruz de Marcenado, 27 28015 Madrid
Tutoría	Horario de tutoría Contactar con el profesor previa petición de hora por e-mail
<p>Experiencia docente, investigadora y/o profesional, así como investigación del profesor aplicada a la asignatura, y/o proyectos profesionales de aplicación.</p>	<p>Graduado en Derecho por la UPNA, con mención en Derecho Público y de la Administración. Ha realizado el Máster en Acceso a la Abogacía por la UPNA. Máster en Business Organization por la Universidad de Nebrija. Cuenta con dos posgrados en materia de contratación pública y competencias profesionales en la empresa.</p> <p>En la actualidad trabaja como Asistente en el Parlamento de Navarra. También ha trabajado como Asesor Parlamentario en el Senado de España, como Técnico Jurídico en varios departamentos del Gobierno de Navarra entre 2021 y 2023 y como redactor de <i>newsletters</i> sobre elecciones y política internacional.</p> <p>Realiza análisis políticos y demoscópicos en redes sociales y ha colaborado como analista político y electoral en la programación de campaña de las elecciones de 2023 en SER Navarra y Radio Salamanca. Involucrado en el ámbito asociativo.</p>