

Programa de Asignatura
Estrategias de Campaña y Marketing Político

A. Antecedentes Generales

1. Unidad Académica	FACULTAD DE GOBIERNO					
2. Carrera	CIENCIA POLÍTICA Y POLÍTICAS PÚBLICAS					
3. Código del ramo	LCPP322					
4. Ubicación en la malla	III año, VI semestre					
5. Créditos	8					
6. Tipo de asignatura	Obligatorio	X	Electivo		Optativo	
7. Duración	Bimestral		Semestral	X	Anual	
8. Módulos semanales	Clases Teóricas	2	Clases Prácticas		Ayudantía	
9. Horas académicas	Clases	68	Clases Prácticas			
10. Pre-requisito	No tiene					

B. Aporte al Perfil de Egreso

El curso busca comprender los elementos esenciales asociados a una campaña política, así como los principales conceptos ligados al marketing político y al análisis de la opinión pública. La asignatura se centra en el diagnóstico, diseño, ejecución y control de una campaña electoral a partir de casos exitosos de campañas electorales tanto en Chile como en el mundo y de la literatura existente al respecto.

El curso tiene una directa relación con el plan de estudio y se enmarca en la Línea de Análisis Político y Electoral. Asimismo, busca formar a los alumnos en un área de desarrollo fundamental para el campo laboral de un Cientista político como lo es la Comunicación Estratégica, el Análisis de la Opinión Pública, el Comportamiento Electoral y las Estrategias de Campaña y el Marketing Político.

El aporte al perfil de egreso se enmarca en el desarrollo tanto de habilidades comunicacionales y analíticas necesarias en un campo laboral en constante movimiento como de herramientas tangibles para el desempeño de todo Cientista político ya sea en una campaña electoral o en el ejercicio del poder. Su aporte al perfil de egreso se traduce también en que promueve el desarrollo de las siguientes Competencias Genéricas de la UDD: Comunicación y Autonomía. Asimismo, tributa a la siguiente Competencia Específica de la Carrera: Elaborar y Evaluar proyectos sociales y programas gubernamentales.

C. Competencias y Resultados de Aprendizaje generales que desarrolla la asignatura

Competencias Genéricas	Resultados de Aprendizaje Generales
Comunicación	<p>Reconoce los principios generales y las utilidades del marketing y la comunicación política en el desarrollo de campañas.</p> <p>Reconoce la evolución del marketing político en el mundo y en especial en Chile.</p> <p>Distingue conceptos relativos a la orientación de las organizaciones políticas hacia al elector y sus efectos en las campañas electorales.</p> <p>Analiza el entorno social y político de las campañas electorales y como se construye la estrategia electoral.</p> <p>Determina las herramientas necesarias para organizar e implementar una campaña electoral.</p>
Autonomía	
Competencias Específicas	
Elaborar y Evaluar proyectos sociales y programas gubernamentales	

D. Unidades de Contenidos y Resultados de Aprendizaje

Unidades de Contenidos	Competencias	Resultados de Aprendizaje
<p>Unidad I: Evolución del Marketing.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Del Marketing Transaccional al Marketing Colaborativo. 2. Evolución del Marketing Político en Chile y el Mundo. 3. Uso de encuestas. 4. MicroTargeting: Retail Político. 	<p><i>Comunicación</i></p> <p><i>Autonomía</i></p>	<p>Distingue la evolución del marketing desde el punto de vista comercial al político.</p> <p>Reconoce las distintas tendencias y herramientas asociadas al marketing a partir de trabajos prácticos.</p> <p>Analiza en profundidad las principales estrategias de campañas políticas contemporáneas mediante trabajos grupales.</p>

<p>Unidad II: Campaña Electoral.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Importancia de la planificación política. 2. Macro y micro entorno de campaña. 3. Elementos de una campaña. 4. Financiamiento de la campaña. 5. Control de la Campaña. 	<p><i>Comunicación</i></p> <p><i>Autonomía</i></p> <p><i>Elaborar y Evaluar proyectos sociales y programas gubernamentales</i></p>	<p>Analiza las distintas etapas y conceptos de una campaña política a través de trabajos grupales.</p> <p>Describe el diagnóstico, diseño, definición de estrategia, ejecución y control de una campaña electoral a partir casos exitosos de campañas electorales tanto en Chile como en el mundo y de la literatura existente al respecto.</p> <p>Muestra el proceso de construcción de una estrategia electoral con sus distintos pasos.</p> <p>Analiza casos de éxitos de campañas políticas recientes desde el punto de vista comunicacional y político.</p> <p>Establece una discusión acerca de las distintas campañas políticas exitosas y sus principales implicancias.</p>
<p>Unidad III: Comportamiento Electoral.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Proceso de Decisión. 2. La información y el elector. 3. Modelos de Comportamiento del elector. 4. Segmentación del sector. 5. Psicología Política. 	<p><i>Comunicación</i></p> <p><i>Autonomía</i></p> <p><i>Elaborar y Evaluar proyectos sociales y programas gubernamentales</i></p>	<p>Analiza los distintos modelos de comportamiento electoral por medio de trabajos prácticos.</p> <p>Crea mensajes efectivos para audiencias políticas segmentadas para distintas variables.</p> <p>Explica el funcionamiento de los procesos de decisión mental de los electores mediante trabajos grupales.</p> <p>Comprende en profundidad el concepto de Psicología del Votante.</p>
<p>Unidad IV: Comunicación Política.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Particularidades de la Comunicación Política. 2. Opinión Pública. 3. Agenda Setting. 4. Medios de Comunicación tradicionales. 5. Internet y Redes Sociales. 	<p><i>Comunicación</i></p> <p><i>Autonomía</i></p> <p><i>Elaborar y Evaluar proyectos sociales y programas gubernamentales</i></p>	<p>Define la comunicación política y los distintos tipos de comunicación que se distinguen a partir de ella (comunicación: electoral, de riesgo, de crisis y de gobierno)</p> <p>Analiza el funcionamiento de los medios de comunicación desde la lógica del poder y su influencia en</p>

		<p>la opinión pública.</p> <p>Analiza el concepto de opinión pública desde el punto de vista académico y práctico a partir de trabajos.</p> <p>Asocia los distintos usos de herramientas asociadas a internet y las redes sociales para las campañas políticas.</p> <p>Distingue las particularidades de la comunicación política tanto para una campaña electoral como para el ejercicio del poder.</p>
--	--	--

E. Estrategias de Enseñanza

La metodología de enseñanza se dividirá, por un lado, en clases expositivas, en donde se mezclarán la teoría sobre el curso con casos de campañas electorales exitosas. Adicionalmente, los estudiantes analizarán una campaña política actual de las elecciones en donde tendrán que distinguir las distintas etapas e hitos de la campaña a la luz de lo aprendido en clases.

El curso se estructura en base a diversas metodologías, que incluye:

- 1) Clases expositivas.
- 2) Exposiciones de personajes claves de campañas políticas exitosas.
- 3) Trabajos de grupo.

F. Estrategias de Evaluación

Para este curso, se contemplan 2 **pruebas sumativas** o certámenes durante en el semestre. El porcentaje restante de la nota de presentación al examen se compondrá de las presentaciones mensuales del estado de avance del trabajo semestral de campañas municipales y de un ensayo. Adicionalmente se subirán papers, los cuales deberán ser leídos para las clases, lo que tendrá una nota por participación.

G. Recursos de Aprendizaje

Bibliografía Obligatoria:

1. Crespo, Ismael 2002. Las campañas electorales y sus efectos en la decisión del voto”, Tirant Lo Blanch, Primera edición. España.
2. Luque, Teodoro 1996. Marketing político. Un análisis del intercambio político. Ariel, Primera Edición. España.
3. Kotler Philip, Kartajaya Hermawan 2011. “Marketing 3.0” Editorial Empresarial. España.
4. Maarek Philippe 1997. “Marketing político y comunicación: Claves para una buena información política” Editorial Paídos España.

Bibliografía Complementaria:

1. The Political Brain: he Role of Emotion in Deciding the Fate of the Nation. Drew Western.
2. Tu Cariño se me va. La batalla por los votantes del nuevo Chile. Daniel Matamala. Ediciones B.

Recursos Informáticos:

1. Película "The Ides of March" (Secretos de Estado), EE.UU. 2011. <http://www.imdb.com/video/imdb/vi1103731737/>
2. Película "El Candidato". EE.UU. 1972. <https://www.youtube.com/watch?v=g2uWcukaSpg>
3. Serie "The West Wing".
4. Serie "House of Cards".
5. Serie "Scandal".