

Estudio Propio: **ESPECIALIZACIÓN EN MARKETING POLÍTICO Y CAMPAÑAS ELECTORALES (ON-LINE)**

Código Plan de Estudios: **EJ40**

Año Académico: **2019-2020**

ESTRUCTURA GENERAL DEL PLAN DE ESTUDIOS:

CURSO	Obligatorios		Optativos		Prácticas Externas	Memoria/ Proyecto	Créditos
	Créditos	Nº Asignaturas	Créditos	Nº Asignaturas	Créditos	Créditos	
1º	30	5				3	33
2º							
3º							
ECTS TOTALES	30	5				3	33

PROGRAMA TEMÁTICO:

ASIGNATURAS OBLIGATORIAS

Código Asignatura	Curso	Denominación	Carácter OB/OP	Créditos
703100	1	GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN POLÍTICA: RELACIONES INSTITUCIONALES Y ASUNTOS PÚBLICOS	OB	6
703101	1	COMUNICACIÓN OFFLINE, ONLINE Y REDES: SOCIAL MEDIA MANAGEMENT	OB	6
703102	1	MARKETING POLÍTICO Y GESTIÓN DE IMAGEN	OB	6
703103	1	LIDERAZGO PERSONAL Y DISCURSO	OB	6
703104	1	CONSULTORÍA POLÍTICA: DISEÑO Y GESTIÓN DE CAMPAÑAS ELECTORALES	OB	6

MEMORIA /PROYECTO

Código Asignatura	Curso	Denominación	Carácter OB/OP	Créditos
703116	1	TRABAJO FIN DE TÍTULO	OB	3

Carácter: OB - Obligatoria; OP – Optativa

GUÍA DOCENTE

Año académico	2019-2020	
Estudio	Especialización en Marketing Político y Campañas Electorales (EJ39)	
Nombre de la asignatura	GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN POLÍTICA: RELACIONES INSTITUCIONALES Y ASUNTOS PÚBLICOS	
Carácter (Obligatoria/Optativa)	Obligatoria	
Créditos (1 ECTS=25 horas)	6	
Carácter (elegir una opción)	X	Presencial
		Semipresencial
		On-line
Profesor responsable:	Pedro Casado	
Idioma en el que se imparte	Español	

CONTENIDOS (Temario)

- Política comunicativa.
- Relaciones con los medios. El argumentario.
- Organización de eventos.
- Publicidad institucional.
- Lobbies (cabildeo) y gestión de asuntos públicos.
- Comunicación en situaciones de crisis: técnicas de prevención y gestión.
- Coaching de portavoces. Media Training especializado.

DISTRIBUCIÓN DE CRÉDITOS (especificar en horas)

Número de horas presenciales/on-line asistencia profesor	60
Número de horas de trabajo personal del estudiante	90
Total horas	150

EVALUACIÓN

Sistemas de Evaluación	Ponderación mínima (%)	Ponderación máxima (%)
Asistencia y participación activa	20	20
Realización de trabajos y prácticas	50	50
Pruebas de evaluación teórico-prácticas	30	30

BIBLIOGRAFÍA

- AGUILAR. Sistema de partidos políticos. Universidad de Catarina; 2004.
- AHIJADO QUINTILLÁN, M. Historia de la unidad europea. Desde los precedentes remotos a la ampliación al Este. Madrid: Pirámide; 2000.
- AKWEN, G. The African Union and the challenges of regional integration in Africa: what hope for Africa's development. Saarbrücken (Germany): LAP Lambert Academic Publishing; 2011.
- ALMOND, G. The Politics of the Developing Areas. Princeton University Press; 1960.
- ALMOND, G. y VERBA, S. La cultura cívica. Madrid: Euramérica; 1970.
- ALOP. Poder social y poder político. Nuevos desafíos para los actores sociales. Informe Democracia y Desarrollo en América

- Latina; 2011.
- ALTMAN, D. Democracia directa en el continente americano: ¿autolegitimación gubernamental o censura ciudadana? *Política y Gobierno* (vol. 12, nº 2); 2005.
- ALTMAN, D.; LUNA, J.P.; PIÑEIRO, R. y TORO, S. Partidos y sistemas de partidos en América Latina: Aproximaciones desde la encuesta a expertos 2009. Santiago: *Revista de ciencia política* (29(3), 775-798); 2009.
- ARENAL, C. Mundialización, creciente interdependencia y globalización en las relaciones internacionales. *Cursos de Derecho Internacional y Relaciones Internacionales de Vitoria-Gasteiz 2008* (pp. 181-268). Bilbao: Servicio de Publicaciones de la Universidad del País Vasco; 2009.
- ARENAL, C. y SANAHUJA, J.A. (coords.). *Teorías de las Relaciones Internacionales*. Madrid: Tecnos; 2015.
- ARENDRT, H. *La condición humana*. Barcelona: Paidós; 2005.
- ARISTÓTELES. *Política*. Istmo; 2005.
- ARROYO, L. *The latest trends in political communication* (presentación). 2012.
- ARRUGUETE, N. *El Poder de la Agenda: Política, Medios y Público*. Biblos; 2015.
- BARBÉ, E. (dir.). *La Unión Europea en las relaciones internacionales*. Madrid: Tecnos; 2014.
- BARBÉ, E. (dir.). *La Unión Europea más allá de sus fronteras. ¿Hacia la transformación del Mediterráneo y Europa Oriental?* Madrid: Tecnos; 2010.
- BARREDA, A. Sentido y origen del ALCA. Trabajo realizado para GRAIN. Disponible online en: <http://www.biodiversidadla.org/content/view/full/15117>
- BAUDENBACHER, C.; SPEITLER, P. y PALMARS DOTIR, B. *The EEA and the EFTA Court: decentred integration*. Oxford: EFTA Court; Editorial Committee; 2014.
- BAUMAN, Z. *En Busca de la Política*. Buenos Aires: FCE; 2003.
- BAUMAN, Z. *Tiempos líquidos: vivir en una época de incertidumbre*. Barcelona: Tusquets; 2007.
- BENEYTO, J.M. *Una nueva organización de Naciones Unidas para el siglo XXI*. Madrid: Biblioteca Nueva; 2007.
- BLANC ALTEMIR, A. (dir.). *Las relaciones entre las Naciones Unidas y la Unión Europea: seguridad, cooperación y derechos humanos*. Madrid: Tecnos; 2013.
- BOBBIO, N. *El futuro de la Democracia*. Fondo de Cultura Económica; 1994.
- BOBBIO, N. *Estado, Gobierno y sociedad*. Fondo de Cultura Económica; 2006.
- BOCARD, E. *Los asaltos del pluralismo. Pluralismo, tolerancia, multiculturalismo. Reflexiones para un mundo global*. UIA/Akal; 2003.
- BOCKELMANN, F. *Formación y funciones sociales de la opinión pública*. México: Gustavo Gili; 1989.
- BORRAYO, C. *Gerencia de Campañas Electorales*. Encuentro Anual ALICE; 2014.
- BOUTROS-GHALI, B. *L'Organisation de l'Unité africaine*. Paris: Armand Colin; 1969.
- BOUTROS-GHALI, B. *The Arab League*. *International Conciliation* (nº 498); 1954.
- BULL, H. *La sociedad anárquica: un estudio sobre el orden en la política mundial*. Madrid: La Catarata; 2005.
- BUZAN, B. y LITTLE, R. *International Systems in World History*. Oxford: Oxford UP; 2000.
- CACERES, J.L. *Ensayos sobre derecho y democracia*. Arequipa: Improff; 2001.
- CALDUCH CERVERA, R. *Relaciones internacionales*. Madrid: Ediciones Ciencias Sociales; 1991.
- CANO LINARES, M.A. *Orígenes y fundamentos prácticos del mantenimiento de la paz en Naciones Unidas (las posiciones durante el periodo de la Guerra Fría)*. Madrid: Dykinson; 2011.
- CARUEL RAYA, M.A. *Los cambios de la OTAN tras el fin de la guerra fría*. Madrid: Tecnos; 2004.
- CASAS CASAS, A. y CORREA, M.E. ¿Qué pasa con la CAN? *Revista Papel Político* (vol. 12, nº 2) Bogotá: Facultad de Ciencias Políticas y Relaciones Internacionales, Pontificia Universidad Javeriana; 2007.
- CASERMEIRO DE PERESON, A. *Los Medios en las Elecciones: agenda setting en la ciudad de Buenos Aires*. Buenos Aires: EDUCA; 2004.
- CHÁVARRI, P. y DELGADO, I. *Sistemas Políticos Contemporáneos*. UNED; 2013.
- COLLIER, D. y LEVITSKY, S. *Democracy with adjectives: Conceptual innovation in comparative research*. *World politics* (49(03), 430-451); 1997.
- COLLIER, D. y LEVITSKY, S. *World Politics*. 1997.
- D'ADAMO, O.; GARCÍA BEAUDOUX, V. y FREIDENBERG, F. *Medios de comunicación y opinión pública*. McGraw-Hill Interamericana de España; 2007.
- DAHL, R. *A Preface to Democratic Theory*. Chicago: University of Chicago Press; 1956.
- DAHL, R. *La Democracia*. *PostData* (nº 10, 1515-209); 2004.
- DAHL, R. *La poliarquía: participación y oposición*. México: Rei; 1993.
- DAHL, R. *Los dilemas del pluralismo democrático: autonomía versus control*. *Patria*; 1991.
- DE ANDREA SÁNCHEZ, F. *Los Partidos Políticos. Su Marco Teórico-Jurídico y Las Finanzas De La Política*. México: UNAM; 2002.
- DE LA TORRE, C. *Populismo radical y democracia en los Andes*. *Journal of Democracy en español* (vol. 1, nº 1); 2009.
- DELEUZE, G. *Post-scriptum sobre las sociedades de control*. *Polis. Revista Latinoamericana* (nº 13); 2006.
- DELGADO ROJAS, J. *El sistema de la integración centroamericana y la integración social: Criterios para su renovación y fortalecimiento y para el redimensionamiento de la participación de la sociedad civil*. Confederación Centroamericana de Trabajadores-Instituto Centroamericano de Estudios Sociales (CCT- ICAES); 2004.
- DELLA PORTA, D. y DIANI, M. *Los movimientos sociales* (vol. 4). Madrid: CIS-Centro de Investigaciones Sociológicas; 2015.
- DIETER NOHLEN. *Circunscripciones electorales*. Instituto Interamericano de Derechos Humanos.
- DUNLEAVY, P. *Rethinking dominant party systems*. London School of Economics; 2014.
- DURAND, M.F.; COPINSCHI, P.; MARTIN, B. y PLACIDI, D. *Atlas de la globalización. Comprender el espacio mundial*

- contemporáneo. Valencia: PUV; 2008.
- DUVERGER, M. Influencia de los sistemas electorales en la vida política. Diez textos básicos de Ciencia Política. Ariel; 1992.
- DUVERGER, M. Instituciones políticas y Derecho Constitucional. Barcelona: Ariel; 1962.
- EASTON, D. Esquema para el análisis político. Amorrortu Editores; 2012.
- EASTON, D. The Political System: An Inquiry into the State of Political Science. New York: Alfred A. Knopf; 1953.
- EFTA. EFTA 1960-2000: Commemorative publication. Bruselas: EFTA; 2000.
- ELSTER, J. La democracia deliberativa. Gedisa; 2001.
- ESPINOSA, M. La participación ciudadana como una relación socio-estatal acotada por la concepción de democracia y ciudadanía. México: Andamios (5(10), 71-109); 2009.
- FERNÁNDEZ NAVARRETE, D. Fundamentos económicos de la Unión Europea. Madrid: Thompson; 2007.
- FIORINA, M.P. Retrospective voting in American National Election. New Haven: Yale University; 1981.
- FOUCAULT, M. El sujeto y el poder. Revista Mexicana De Sociología (50 (3), 3-20); 1998.
- FUKUYAMA, F. El Fin de la Historia. Universidad de Santiago de Compostela; 1992.
- FUNES, M.J. A propósito de Tilly. Conflicto, poder y acción colectiva. CIS; 2011.
- GALLEGO, A.; SAN MARTÍN, J. y CRISTANCHO, C. La movilización política: medición y relevancia. Revista Española de Ciencia Política (vol. 23); 2010.
- GAMBLE, B. Putting civil rights to a popular vote. American Journal of Political Science (vol. 41, nº 1); 1997.
- GANGAS, P. Los partidos políticos. Materiales Docentes; 2013.
- GARCÍA AULAR, P. La integración latinoamericana y caribeña: Entre la dependencia o la verdadera emancipación, caso MERCOSUR-CELAC. Buenos Aires: Revista Densidades (nº 7); 2011.
- GARCÍA BEAUDOUX V.; D'ADAMO, O; y SLAVINSKY G. Comunicación Política y Campañas Electorales: estrategias en elecciones presidenciales. Barcelona: GEDISA; 2005.
- GARCÍA RAMÍREZ, S. El Debido Proceso. México: Editorial Porrúa; 2012.
- GARCÍA, J.L. Introducción al Derecho Constitucional. Cádiz: Universidad de Cádiz; 2010.
- GARGARELLA, R. El ideal de la democracia deliberativa en el análisis del sistema representativo. Algunas notas teóricas y una mirada sobre el caso de la Argentina. Facultad de Ciencias Sociales UBA (Revista Sociedad, nº 6); 1995.
- GERMANI, G. et al. Gino Germani, la sociedad en cuestión: Antología comentada. Buenos Aires: Instituto de Investigaciones Gino Germani; 2010.
- GHERING, T. Integrating integration Theory: Neo-functionalism and International Regimes. Global Society (nº 3, vol. 10, pp. 225-245); 1993.
- GIDDENS, A. Sociología. Madrid: Alianza Editorial; 1998.
- GIL, F.G. Consideraciones sobre el rol de los Partidos Políticos en la Sociedad Contemporánea. Anales de la Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales (vol. 4, nº 6); 1956.
- GIL, L. y PAIKIN, D. Mapa de la Integración Regional en América Latina. Procesos e Instituciones. Nueva Sociedad. Friedrich Ebert Stiftung; 2013. Disponible online en: <http://www.ba.unibo.it/risorse/files/GillInt.RegionalenAL.pdf>
- GOMIS DÍAZ, P.L. Cuadernos sobre la unión Europea. Serie: proceso de integración (nº 5). De Berlín a Maastricht (1889-1991). 1ª parte. Grupo Español de Estudios Europeos Asociado ATEPSA; 1994.
- HABERMAS, J. Teoría de la acción comunicativa. Argentina: Taurus; 1989.
- HABERMAS, J. y RAWLS, J. Debate sobre el liberalismo político. Barcelona: Paidós; 1998.
- HALLIDAY, F. Las relaciones internacionales en un mundo en transformación. Madrid: Los libros de la Catarata; 2002.
- HALLIN, D.C. y MANCINI, P. Sistemas mediáticos comparados. Tres modelos de relación entre los medios de comunicación y la política. Cambridge University Press; 2004.
- HASS, E.B. Beyond the Nation-state: Functionalism and International Organization. Stanford: Stanford University Press; 1964.
- HASS, E.B. y SCHMITTER, P. Economics and Differential Patterns of Political integration. International Organization (nº 18); 1964.
- HELD, D. Democracy and the Global Order. From the Modern State to Cosmopolitan Governance. Cambridge: Polity Press/Black Publishers; 1995.
- HERBS, S. Reading public opinion. How political actors view the democratic process. The University of Chicago Press; 1998.
- HOLMES, S. Anatomía del liberalismo. Madrid: Alianza; 1999.
- HUNTINGTON, S. Democracy's Third Wave. Journal of Democracy; 1991.
- HURTADO, J. Gobiernos y Democracia. México: Instituto Federal Electoral; 2012.
- INSTITUTO DE COMUNICACIÓN POLÍTICA. Treinta claves para entender el poder. Piso 15 Ediciones; 2009.
- JAMES, H. The End of Globalization. Lessons from the Great Depression. Cambridge-Massachusetts: Harvard University Press; 2001.
- JIMÉNEZ PIERNAS, C. Estados débiles y Estados fracasados. Revista Española de Derecho Internacional (vol. LXV-2, 11-49); 2013.
- JIMÉNEZ PIERNAS, C. Introducción al Derecho Internacional Público. Práctica de España y de la Unión Europea. Madrid: Tecnos; 2011.
- JOHNSON, H. y NOAKES, J. Frames of protest. Social movements and the framing perspective. Rowman & Littlefield Publishers; 2005.
- JUDT, T. Europa: la gran ilusión. Texto recogido en: Judt, T. Cuando los hechos cambian. Madrid: Taurus; 2015.
- KALDOR, M. Las nuevas guerras. Violencia organizada en la era global. Barcelona: Tusquets; 2001.
- KATZ, R. y MAIR, P. El partido cartel. Cambios en el Sistema de Partido. 1997.
- KENNEDY, P. Auge y caída de las grandes potencias. Barcelona: Plaza & Janés; 1989.

- KEOHANE, R.O. y NYE J.S. Poder e interdependencia. La política mundial en transición. Buenos Aires: GEL; 1988.
- KRIESI, H. Individual Opinion Formation in a Direct Democratic Campaign. *British Journal of Political Science* (vol. 32, nº 1); 2002.
- KYMLICKA, W. Ciudadanía multicultural. Paidós; 2001.
- KYMLICKA, W. La evolución de las normas europeas sobre los derechos de las minorías: los derechos a la cultura, a la participación y la autonomía. *Revista Española de Ciencia Política* (nº 17); 2007.
- LACOSTE, Y. Geopolítica. La larga historia del presente. Madrid: Síntesis; 2008.
- LEVITSKY, S. y WAY, L.A. Elecciones sin democracia. El surgimiento del autoritarismo competitivo. *Estudios Políticos* (nº 24); 2009.
- LIPPMANN, W. *Public Opinion*. New York: McMillan; 1922.
- LIPSET, S. y ROKKAN, S. Estructura de división, sistemas de partidos y alineamientos electorales. Barcelona: Ariel (Diez textos básicos de Ciencia Política); 1992.
- LISSIDINI, A.; WALP, Y. y ZOVATTO, D. Democracia directa en Latinoamérica. Prometeo Libros; 2008.
- LÓPEZ NIETO, L. Elecciones autonómicas. Texto recogido en: Delgado I., López Nieto, L. *Comportamiento político y sociología electoral*. Madrid: UNED; 2013.
- LÓPEZ NIETO, L. Elecciones generales al Congreso y al Senado. Texto recogido en: Delgado I.; López Nieto, L. *Comportamiento político y sociología electoral*. Madrid: UNED; 2013.
- LÓPEZ-DAVALILLO LARREA, J. y MARTÍN RODA, E.M. Geopolítica: claves para entender un mundo cambiante. Madrid: Editorial Universitaria Ramón Areces; 2014.
- MACDONALD, R.W. *The League of Arab State. A Study in the Dynamics of Regional Organization*. Princeton; 1965.
- MACHADO GONÇALVES, E. La Circulación de la Noticia en el Espacio Digital. Barcelona: Scripta Nova; 2000.
- MAINWARING, S. Presidentialism, Multipartyism, and Democracy: The Difficult Combination. *Comparative political studies* (vol. 26, nº 2); 1993.
- MÁIZ, R. El indigenismo político en América Latina. *Revista de Estudios Políticos* (nº 123); 2014.
- MÁIZ, R. Identidad y autogobierno en sociedades multiculturales. Ariel; 2007.
- MÁIZ, R. Modelos normativos de democracia. *Revista Mexicana de Sociología* (vol. 66); 2004.
- MAKINDA, S.M y WAFULA OKUMU, F. *The African Union: challenges of globalization, security, and governance*. Londres y York: Routledge; 2008.
- MALAMUD, A. Conceptos, teorías y debates sobre la integración regional en Norteamérica. *Revista Académica del CISAN-UNAM* (vol. 6, nº 2, pp. 219-249); 2011.
- MANGAS MARTÍN, A. y LIÑÁN NOGUERAS, D.J. *Instituciones y derecho de la Unión Europea*. Madrid: Tecnos; 2010.
- MANIN, B. *Los principios del Gobierno Representativo*. Alianza Editorial; 1998.
- MAQUIVELO, N. *El Príncipe*. Alianza; 2003.
- MARKARIA, V. *Organización de las Naciones Unidas*. Madrid: Edilar; 2009.
- MARTÍNEZ CARMENA, M. *La OTAN: de alianza defensiva a organización de seguridad*. Navarra: Thomson Reuters Aranzadi; 2013.
- MARTÍNEZ PANDIANI, G. La irrupción del Marketing Político en las Campañas Electorales en América Latina. *Contribuciones* (2: 69-102); 2000.
- MARX, K. y ENGELS, F. *Manifiesto Comunista*. Reino Unido; 1848.
- MATEOS, A. *Ciudadanos y participación política*. 2007.
- McADAM, D.; TARROW, S. y TILLY, C. *Dinámicas de la contienda política*. Editorial Hacer; 2005.
- McCOMBS, M. *Setting the agenda*. Polity Press; 2004.
- MEDINA, M. *Las organizaciones internacionales*. Madrid: Alianza Universidad; 1976.
- MEJÍA, A.; ARAUJO, M.; PÉREZ-LIÑÁN, A. y SAIEGH, S. Agentes con poder de veto, instituciones frágiles y políticas de baja calidad (1979-2005). Por el ojo de una aguja: la formulación de políticas públicas en el Ecuador. Quito: Flacso Ecuador; 2009.
- MÉNDEZ DELGADO, M. y LLORET FEIJÓO, E. *Análisis territorial del desarrollo humano en Cuba*. 2007.
- MÉNDEZ GUTIÉRREZ DEL VALLE, R. *El nuevo mapa geopolítico del mundo*. Valencia: Tirant lo Blanch; 2010.
- MERLE, M. *Sociología de las relaciones internacionales*. Madrid: Alianza; 1991.
- MESA, M. *Incidencia social y presión política: estrategias y herramientas para la ONGD*. Centro de Educación e Investigación para la Paz; 2007.
- MESA, R. *La sociedad internacional contemporánea*. Documentos básicos (2 vols.). Madrid: Taurus; 1983.
- MICHELS, R. *Political Parties*. 1911.
- MILLS, J.S. *Del Gobierno Representativo*. Tecnos; 2007.
- MONTERO, J.; GUNTHER, R. y TORCAL, M. *Cultura política de los españoles*. 1998.
- MONTERO, J.R. y RIERA, P. *Informe sobre la Reforma del sistema electoral*. 2008.
- MORA Y ARAUJO, M. *El poder de la Conversación: Elementos para una teoría de la Opinión Pública*. Buenos Aires: La Crujía; 2005.
- MORENO JUSTE, A y NEILA HERNÁNDEZ, J.L. Europa tres décadas después de la caída del Muro. *Revista de Occidente* (nº 418, pp. 36-57); marzo 2016.
- MORENO JUSTE, A. El fin del relato europeo. La crisis del proceso de integración y su impacto sobre las narrativas europeas. Texto recogido en: Forner, S. y Senante, H.C. *La Unidad Europea. Aproximaciones a la Historia de la Europa Comunitaria* (pp. 177-199). Alicante: Publicacions Universitat d'Alacant; 2016.
- MORENO JUSTE, A. El proceso de construcción europea: de la CECA al Tratado de Maastricht. Texto recogido en: Pereira, J.C. (coord.). *Historia de las Relaciones Internacionales Contemporáneas* (pp. 561-584). Barcelona: Editorial Ariel; 2009.
- MURITHI, T. *The African Union: pan-Africanism, peacebuilding and development*.

- Hampshire (Inglaterra): ASHGATE; 2005.
- NEUMANN, S. *Modern political parties*. Chicago. 1956.
- NIKKEN, P. *El concepto de Derechos Humanos*. Universidad Nacional de la Plata; 1994.
- NOELLE-NEUMANN, E. *Public Opinion and the Classical Tradition: A Re Evaluation*. *Public Opinion Quarterly* (43(2): 143-156); 1979.
- NOGUE, A. *Crisis de la democracia y nuevas formas de participación*. Tirant lo Blanch; 2013.
- NOHLEN, D. *La trilogía: sistema de gobierno, sistema electoral, sistema de partidos*. *Sistemas electorales en su contexto*. México DF: Instituto de Investigaciones Jurídicas UNAM; 2005.
- NOHLEN, D. *Sistemas Electorales y Partidos Políticos*. Fondo de Cultura Económica; 1994.
- NOHLEN, D.; PICADO, S. y ZOVATTO, D. *Tratado de derecho electoral comparado de América Latina*. Fondo de Cultura Económica; 1998.
- NYE, Jr. J. *La paradoja del poder norteamericano*. Madrid: Taurus; 2003.
- O'DONNELL, G.A.; IAZZETTA, O. y QUIROGA, H. *Democracia delegativa*. Buenos Aires: Prometeo libros; 2011.
- ORTEGA TEROL, J.M. *Una panorámica sobre la Política Exterior y de Seguridad Común de la UE en la perspectiva de la Constitución Europea: a vueltas entre querer y (no) poder*. Cuadernos Constitucionales de la Cátedra Fadrique Furió Ceriol (nº 49, pp. 69-79).
- PACHANO, S. *Democracia representativa y mecanismos de democracia directa y participativa*. Friedrich Ebert Stiftung; 2010.
- PALACIÁN DE INZA, B. *Los desafíos de las mil áfricas, el continente silenciado*. Panorama Estratégico 2015, Instituto Español de Estudios Estratégicos; febrero 2015.
- PALOMARES LERMA, G. *Concepto y teorías de la integración*. Texto recogido en: Arenal, C. y Sanahuja, J.A. (coords.). *Teoría de las Relaciones Internacionales*. Madrid: Tecnos; 2015.
- PALOMARES LERMA, G. *Política y Gobierno en los Estados Unidos (1945-1999)*. Valencia: Tirant lo Blanch; 1999.
- PALOMARES LERMA, G. *Relaciones Internacionales en el siglo XXI*. Madrid: Tecnos; 2006.
- PALOMARES LERMA, G. y MORENO JUSTE, A. *La integración política europea*. Madrid: Pirámide; 1999.
- PASTOR, M. *Modelo Histórico de Fascismo II. Un esquema para el análisis del fascismo*. Madrid: UNED; 1978.
- PEREIRA CASTAÑARES, J.C. (coord.). *Diccionario de relaciones internacionales y política exterior*. Barcelona: Ariel; 2008.
- PEREIRA CASTAÑARES, J.C. (coord.). *Historia de las relaciones internacionales contemporáneas*. Barcelona: Ariel; 2003.
- PEREIRA, J.C.; NEILA HERNÁNDEZ, J.L. y MORENO JUSTE, A. *Atlas histórico de la Guerra Fría*. Madrid: Síntesis; 2013.
- PÉREZ FLORES, G. *UNASUR: La apuesta de Brasil*. *Revista Política Exterior* (vol. 23, nº 127). Madrid: Estudios de Política Exterior; 2009.
- PERROTTA, D. *La integración regional como objeto de estudio. De las teorías tradicionales a los enfoques actuales*. Texto recogido en: Llenderozas, E. (coord.). *Relaciones Internacionales: teorías y debates* (pp. 15-47). Buenos Aires: EUDEBA; 2013.
- PETER, G. *El nuevo institucionalismo: La teoría institucional en Ciencia Política*. Gedisa; 2013.
- PITKIN, H. *The Concept of Representation*. California: University of California Press; 1985.
- PLATÓN. *La República*. Akal; 2008.
- PONS RAFOLS (dir.). *Las Naciones Unidas desde España: 70 aniversario de las Naciones Unidas: 60 aniversario del ingreso de España en las Naciones Unidas*. Madrid y Barcelona: Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación y Asociación para las Naciones Unidas; 2015.
- POWELL, C. *La política exterior y de seguridad de Barack Obama: ¿Hacia un nuevo paradigma geopolítico estadounidense?* Documento de trabajo 20/2015, Real Instituto Elcano; 2015.
- PRICE, V. *La opinión pública: esfera pública y comunicación*. Grupo Planeta; 1994.
- PRIDHAM, G. *Securing democracy: Political parties and democratic consolidation in Southern Europe*. Routledge; 2016.
- RAFFERT, K. y SINGER, H.W. *The Foreign Aid Business. Economic Assistance and Development Cooperation*. Cheltenham: Edward Elgar; 1996.
- REIG TAPIA, A. y MERINO MERCHÁN, E. *El sistema político español*. *Fundamentos de Ciencia Política*. Ed. McGraw Hill; 1994.
- RICHARD, K. *Changing Models of Party Organization and Party Democracy. The Emergence of the Cartel Party*. *Party Politics*; 1995.
- RIORDA, M. y FARRÉ, M. *¡Ey, las ideologías existen! Comunicación política y campañas electorales en América Latina*. Buenos Aires: Biblos; 2012.
- ROCHA VALENCIA, A. *La dimensión política de los procesos de integración regional y subregional*. *Revista de Ciencias Sociales, Departamento de Sociología* (año XV, nº 20, pp. 23-37); 2002.
- RODRÍGUEZ VIRGILI, J. et al. *La personalización de la política en la cobertura mediática: una comparación de las campañas electorales en España y Alemania*. Barcelona: Trípodos (34: 61-79); 2014.
- ROJAS ARAVENA, F. *La CELAC y la integración latinoamericana y caribeña. Principales claves y desafío*. *Revista Nueva Sociedad* (nº 240). Buenos Aires: Fundación Friedrich Ebert; 2012.
- ROSENTONE, S. y HANSEN, J.M. *Mobilization, Participation and Democracy in America*. MacMillan; 1993.
- SANAHUJA, J.A. *Ayuda económica y seguridad nacional: la ayuda externa de los Estados Unidos: del Plan Marshall a la posguerra fría*. Madrid: Enrimena/Facultad de Ciencias Políticas y Sociología UCM; 1999.
- SANAHUJA, J.A. *Del regionalismo abierto al regionalismo post-liberal. Crisis y cambio en la integración de América Latina y el Caribe*. Texto recogido en: Martínez, L.; Peña, L. y Vázquez, M. (eds.). *Anuario de la integración regional de América Latina y el Gran Caribe 2008-2009*. Buenos Aires: Coordinadora Regional de Investigaciones Económicas y Sociales-CRIES; 2008.
- SÁNCHEZ, G. *Treinta Claves para Entender el Poder*. Instituto de Comunicación Política. México: Piso 15 Ediciones; 2009.
- SÁNCHEZ-BENEDITO, G. *África: luces y sombras de un continente emergente*. Panorama Estratégico 2014, Instituto Español de Estudios Estratégicos; febrero 2014.
- SANTIBÁÑEZ, M.; ZEBALLOS, M. y BALBIS, J. *Poder Social y Poder Político*. Informe sobre democracia y desarrollo en América

- Latina 2009-2010. 2011.
- SARTORI, G. ¿Qué es la democracia? Taurus; 2007.
- SARTORI, G. En defensa de la representación política. Claves de la Razón Práctica (nº 91); 1999.
- SARTORI, G. Homo Videns. España: Taurus; 1998.
- SARTORI, G. Partidos y sistemas de partido. Madrid: Alianza Editorial; 1980.
- SARTORI, G. Teoría de la Democracia (vol. 1 y 2). Alianza; 2007.
- SCHNEIDER, C. y WELP, Y. ¿Transformación democrática o control político? Análisis comparado de la participación ciudadana institucional en América del Sur (dossier). Íconos: revista de ciencias sociales. Nuevas instituciones participativas y democráticas en América Latina. Quito: FLACSO; 2011.
- SNARR, M.T. y SNARR, D.N. (eds.). Introducing global issues. Lynne Ryenner: Boulder; 2005.
- STUART MILL, J. Sobre la libertad. Madrid: Alianza; 2004.
- TARROW, S. Power in movement. Social movements and contentious politics. Cambridge: Cambridge University Press; 2011.
- TARROW, S. El poder en movimiento. Los movimientos sociales, la acción colectiva y la política. Madrid: Alianza Editorial; 1997.
- TAYLOR, J.P. Geografía Política. Economía-mundo, Estado-nación y localidad. Madrid: Trama Editorial; 1994.
- TRANTIDIS, A. The dominant party system: clientelism, pluralism and limited contestability. London School of Economics; 2012.
- TRUYOL Y SERRA, A. La Sociedad Internacional. Madrid: Alianza; 1991.
- TSEBELIS, G. Veto players: How political institutions works. Princeton University Press; 2002.
- VALLÉS, J. Ciencia Política. Una Introducción. Madrid: Ariel; 2006.
- VANACLOCHA BELLVER, F. y RUIZ DE AZÚA, M.Á. Los actores políticos y sociales. Texto recogido en: García Cotarelo, R. y Paniagua Soto, J. (comp.). Introducción a la Ciencia Política. UNED.; 1987.
- VERBA, S., NIE, N. y KIM, J. Participation and Political Equality: A Seven-Nation Comparison. Chicago: University of Chicago Press; 1978.
- VIDAL, G. (coord.). ALCA: procesos de integración y regionalización en América. México D.F.: Universidad Autónoma Metropolitana-INTAM; 2006.
- VV. AA. ABC de las Naciones Unidas. Nueva York: United Nations; 2011.
- VV. AA. Sesenta años de la OTAN: ¿hacia una nueva estrategia? Madrid: Ministerio de Defensa, Secretaría General Técnica; 2010.
- WALZER, M. Qué derechos para las minorías culturales. Isegoría (nº 24); 2001.
- WARLEIGH, A. Towards a Conceptual Framework for Regionalisation: Bridging 'New Regionalism' and 'Integration Theory'. Review of International Studies (nº 3, vol. 36, pp. 731-753); 2010.
- WELZ, M. Integrating Africa: decolonization's legacies, sovereignty and the African Union. Nueva York: Routledge; 2013.
- WOLDENBERG, J. y BECERRA, R. Representación Política.
- WOLINETZ, S.B. The transformation of Western European party systems revisited. West European Politics (2(1), 4-28); 1979.

GUÍA DOCENTE

Año académico	2019-2020	
Estudio	Especialización en Marketing Político y Campañas Electorales (EJ39)	
Nombre de la asignatura	COMUNICACIÓN OFFLINE, ONLINE Y REDES: SOCIAL MEDIA MANAGEMENT	
Carácter (Obligatoria/Optativa)	Obligatoria	
Créditos (1 ECTS=25 horas)	6	
Carácter (elegir una opción)	X	Presencial
		Semipresencial
		On-line
Profesor responsable:	Xavier Peytibi	
Idioma en el que se imparte	Español	

CONTENIDOS (Temario)

- Política en red. Gestión de recursos online: redes sociales, blogs y páginas web.
- Estrategia de integración de canales políticos (online y offline): comunicación digital.
- Inbound marketing aplicado a la estrategia política.
- Publicidad electoral integrada (campañas 360°: online – offline).

DISTRIBUCIÓN DE CRÉDITOS (especificar en horas)

Número de horas presenciales/on-line asistencia profesor	60
Número de horas de trabajo personal del estudiante	90
Total horas	150

EVALUACIÓN

Sistemas de Evaluación	Ponderación mínima (%)	Ponderación máxima (%)
Asistencia y participación activa	20	20
Realización de trabajos y prácticas	50	50
Pruebas de evaluación teórico-prácticas	30	30

BIBLIOGRAFÍA

- ARCEO VACAS, J.L. Campañas electorales y publicidad política en España (1976-1991). Barcelona. 1993.
- BENACH, E. Política 2.0, Barcelona: Angle Editorial, Edicions Bromera i Cossetània; 2010.
- CANEL, M.J. Comunicación política. Una guía para su estudio y práctica. Madrid: Tecnos; 2006.
- CRESPO, I.; GARRIDO, A.; CARLETA, I.; RIORDA, M. Manual de Comunicación Política y estrategias de campaña. Candidatos, medios y electores en una nueva era. Buenos Aires: Biblos; 2011.
- ELGARRESTA, M. Conocimientos prácticos para ganar elecciones. Centro de Estudios de la Sociedad Civil - Centro Interamericano de Gerencia Política; 2002.
- ENGE, E.; SPENCER, S.; FISHKIN, R. y STRICCHIOLA, J. The Art of SEO: Mastering Search Engine Optimization (Theory in Practice).
- FREIRE, J. y GUTIÉRREZ-RUBÍ, A. 32 tendencias de cambio. Laboratorio de tendencias; 2010.
- GODIN, S. El Marketing del Permiso. Granica Ediciones; 2001.

- GODIN, S. Permission Marketing. Simon + Schuster UK. 2006.
- GODIN, S. Tribus. Gestión 2000; 2009.
- GOTTFRIED, J. y SHEARER, E. News Use across Social Media Platforms 2016.
- GUTIÉRREZ-RUBÍ, A. & PEYTI, X. Snapchat y política. WE Observatory; 2016
- HALLIGAN, B. y SHAH, D. Inbound marketing. New Jersey: Ed. John Wiley & Sons, Inc.; 2010.
- HERRERO, J.C. (ed.). Comunicación política y de gobierno. Madrid: Ed. Roble; 2017.
- HERRERO, J.C. (ed.). Marketing político y electoral. Madrid: Ed. Roble; 2017.
- JERKOVIC, J. I. SEO Warrior. O'Reilly Media; 2009.
- KOTLER, P. Dirección de Marketing. Ed. Pearson Educación; 2012.
- LEVINE, LOCKE, SEARLS & WEINBERGER. The Cluetrain Manifesto. Basic Books; 2001.
- LI, CH. y BERNOFF, J. El Mundo Groundswell. Barcelona: Urano. 2008.
- MALDONADO, S. Analítica Web: Medir para triunfar. MV Consultoría; 2009.
- MARTÍN SALGADO, L. Marketing político. Arte y ciencia de la persuasión en democracia. Barcelona: Paidós; 2002.
- MAZZOLENI, G. La comunicación política. Madrid: Alianza Editorial; 2010.
- MUÑOZ, G. El Arte de Medir. Profit; 2011.
- MUÑOZ, G. y ELÓSEGUI, T. El arte de medir: Manual de analítica Web. Bresca Profit; 2011.
- O'KEEFE, K. The Average American: The Extraordinary Search for the Nation's Most Ordinary Citizen. PublicAffair; 2005.
- PENN, M. Microtrends: The Small Forces Behind Tomorrow's Big Changes. Twelve Editors; 2007.
- PEW RESEARCH CENTER. Election 2016: Campaigns as a Direct Source of News.
- ROVIRA, E. ¿Qué sabemos de la orientación política de Facebook? Beerderberg magazine (nº 11); 2016
- RÚAS ARAUJO, J. Manual del candidato electoral. Madrid: Catarata; 2011.

GUÍA DOCENTE

Año académico	2019-2020	
Estudio	Especialización en Marketing Político y Campañas Electorales (EJ39)	
Nombre de la asignatura	MARKETING POLÍTICO Y GESTIÓN DE IMAGEN	
Carácter (Obligatoria/Optativa)	Obligatoria	
Créditos (1 ECTS=25 horas)	6	
Carácter (elegir una opción)	X	Presencial
		Semipresencial
		On-line
Profesor responsable:	Joaquín Fernández	
Idioma en el que se imparte	Español	

CONTENIDOS (Temario)

- Comunicación no verbal y gestual.
- Neuromarketing político centrado en los votantes y en el político
- Neuromarketing en campaña electoral: publicidad gráfica, visual, radiofónica y online.
- Estrategia y técnicas de comunicación basadas en PNL
- Oratoria política
- Tipos de oratoria con nuevas tecnologías (integración e ideas): pantallas, códigos QR, wearable technology, dispositivos móviles de los espectadores...

DISTRIBUCIÓN DE CRÉDITOS (especificar en horas)

Número de horas presenciales/on-line asistencia profesor	60
Número de horas de trabajo personal del estudiante	90
Total horas	150

EVALUACIÓN

Sistemas de Evaluación	Ponderación mínima (%)	Ponderación máxima (%)
Asistencia y participación activa	20	20
Realización de trabajos y prácticas	50	50
Pruebas de evaluación teórico-prácticas	30	30

BIBLIOGRAFÍA

- ALCOBA RUEDA, S. La expresión oral. Barcelona: Ariel Practicum; 2000.
- ÁLVAREZ BENITO, G.; ÍÑIGO, I.M.; FOLGADO, V.L. y RIVAS, M.M. Comunicación y discurso. Sevilla: Mergablum; 2003.
- BANDLER, R. Use su cabeza para variar. Ed. Cuatro Vientos; 1988.
- BARRANCO SAIZ, F.J. Marketing Político y electoral. Pirámide; 2010.
- BERTOLOTTO, G. Programación Neurolingüística. Ed. Libsa; 2000.
- BIRDWHISTELL, R. El lenguaje de la expresión corporal. Barcelona: Gustavo Gili; 1979.
- BRAIDOT, N. ¿Por qué tus clientes se acuestan con otro si dicen que les gustas tú? 2009.
- CALAIS-GERMAIN, B y GERMAIN, F. Anatomía para la voz. Entender y mejorar la dinámica del aparato vocal. Ed. La Liebre de Marzo; 2013
- CANEL CRESPO, M.J. Comunicación política. Una guía para su estudio. Madrid: Tecnos; 2006.

- CARRIÓN LÓPEZ, S.A. Curso Máster en PNL. Ed. Obelisco; 2003.
- CARRIÓN LÓPEZ, S.A. Inteligencia Emocional con PNL. Ed. Edad; 2002.
- CARRIÓN LÓPEZ, S.A. PNL para principiantes. Océano Ambar, S. A.; 2004.
- CASTELLS, M. Comunicación y poder. 2009.
- CICERÓN, Q. T. Breviario de campaña electoral. Acantilado; 2011.
- DE GANDT, M. Sous la plume. Ed. Robert Laffont; 2013.
- DÍEZ, C.M. Marketing olfativo. ¿Qué olor tienes en mente? León: Universidad de León; 2013.
- DILTS, R. Coaching. Herramientas para el cambio. Ed. Urano; 2004.
- DILTS, R. Creación de modelos con PNL. Ed. Urano; 1999.
- DILTS, R. El poder de la palabra. Ed. Urano; 2003.
- DILTS, R. Identificación y cambio de creencias. Ed. Urano; 1996.
- GARCÍA FERNÁNDEZ, J.L. Comunicación no verbal, periodismo y medios audiovisuales. Madrid: Universitas; 2000.
- GUTIÉRREZ GONZÁLEZ, P.P. Diccionario de la Publicidad. 2005.
- GUTIÉRREZ-RUBÍ, A. y PEYTIVI, X. Snapchat en política. Transformando la comunicación social. Ed. We Observatorio; 2015.
- HERNÁNDEZ HERRARTE, M. La comunicación no verbal en la proyección mediática de la imagen política de José Luis Rodríguez Zapatero (tesis doctoral). Madrid. 2008.
- HERRERO, J.C. (ed.). Comunicación en Campaña. Madrid; Pearson; 2014.
- HERRERO, J.C. (ed.). Comunicación política y de gobierno. Madrid: Ed. Roble; 2017.
- HERRERO, J.C. (ed.). Manual de Teoría de la Información y de la Comunicación. Madrid: Universitas; 2006.
- HERRERO, J.C. (ed.). Marketing político y electoral. Madrid: Ed. Roble; 2017.
- HERRERO, J.C. ¿Pero qué me estás contando? Políticos, tertulianos y pensamiento crítico. Kindle Edition: 2015.
- HERRERO, J.C. Elementos del pensamiento crítico. Madrid: Marcial Pons; 2016.
- HERRERO, J.C. Una forma de hablar. Fundamentos del discurso público. Madrid: Ed. Pablo Iglesias; 2004.
- HERRERO, J.C. y BENOIT, W. Análisis funcional de los debates electorales de 2008 a la presidencia del gobierno. Texto recogido en: ZER (vol. 14); 2009.
- HERRERO, J.C. y RODRÍGUEZ AMALIO. El Candidato. Manual de relaciones con los medios. Zamora: Comunicación Social; 2008.
- HOBBS, T. Leviatán. México: Fondo de Cultura Económica; 2014.
- HUERTAS BAILÉN, A. y PERONA PÁEZ, J.J. Redacción y locución en medios audiovisuales: la radio. Barcelona: Bosch Comunicación; 1999.
- IAB. II Estudio de Medios de Comunicación online 2015. Disponible online en: <https://goo.gl/D8DMSx>
- JIMENEZ FERNANFEZ, A. Marcadores emocionales de la conducta vocal. Ed. Universidad Autónoma de Madrid; 1987.
- KORSTANJE, M. El miedo político bajo el prisma de Hannah Arendt. Revista SAAP (publicación de Ciencia Política de la Sociedad Argentina de Análisis Político, vol. 8, nº 1, pp. 99-126). Argentina: Sociedad Argentina de Análisis Político Buenos Aires; 2014.
- KOTLER, P. y ARMSTRONG, G. Principios de marketing. Prentice Hall; 2008.
- KRUSCHE, H. Libre como el Águila. PNL y chamanismo. Ed. Sirio; 2001.
- LAKOFF, G. No pienses en un elefante. Ed. Complutense; 2007.
- LEHRMAN, R. The Political Speechwriter's Companion: A Guide for Writers and speakers. Ed. CQ Press; 2009.
- LEITH, S. ¿Me hablas a mí? La retórica de Aristóteles a Obama. Taurus; 2012.
- LODGE, M. y TABER, C. The Rationalizing Voter: Unconscious Thought in Political Information Processing. 2007.
- LUNTZ, F. La palabra es poder: lo importante no es lo que dices, sino lo que la gente entiende. La Esfera de los Libros; 2011.
- MAQUIAVELO, N. El Príncipe. España: Alianza Editorial; 2010.
- MARTÍN LÓPEZ, R. Neotelling. El arte de comunicar con tecnología. EE.UU.: Ed. Amazon; 2015.
- MARTÍN, R. Neotelling. El arte de comunicar con tecnología. Ed. Amazon; 2015.
- MEHRABIAN, A. Nonverbal Communication. Ed. Aldine Trasaction; 2007.
- MERAYO PÉREZ, A. Curso práctico de técnicas de comunicación oral. Madrid: Tecnos; 2001.
- MIDDENDORF, J. y KALISH, A. The Change-Up in Lectures. The National Teaching and Learning. Forum; 1996.
- MILLAN CHIVITE, A. Ortología y Ortografía. Didáctica de la expresión oral y escrita. Ed. Facultad de Ciencias de la Educación. Universidad Hispalense de Sevilla; 2000.
- MOHL, A. El aprendiz de brujo I y II. Ed. Sirio; 2006.
- O'CONNOR, J. y SYMOUR, J. Introducción a la PNL. Ed. Urano; 1995.
- OTERO, E. Teorías de la comunicación. Chile: Editorial Universitaria, S. A.; 1997.
- PARTIDO POPULAR. Artículo en la propia web del Partido Popular presentando la nueva web.
- PÉREZ, M. PNL para Escritores de Discursos. Ed. Amazon; 2014.

PÉREZ, M. PNL para Políticos. Ed. Amazon; 2014.
SALMON, C. Storytelling, la máquina de fabricar historias y formatear las mentes. Península; 2008.
SARKOZY, N. Posez vos questions en commentaire de ce post: Referencia online de la página de Facebook de Nicolas Sarkozy:
SOLIS, B. The Connected Consumer and the New Decision-Making Cycle.
SPIELVOGEL, J. Civilizaciones de Occidente (volumen A). Texto Recogido en: Historia Universal: Los Orígenes (tomo I). Salvat; 2004.
TINGLEY, D. Neurological imaging as evidence in political science: a review, critique and guiding assessment. Sage Publications (vol. 45, nº 1); 2006.
TZU, S. El arte de la guerra. Obelisco; 2009.
VALDEZ ZEPEDA, A. El miedo y la ira como estrategia en las campañas electorales. Reflexión política (año 14, nº 27); 2012. ISSN-e 0124-0781.
WATZLAWICK, P. El lenguaje del cambio. Ed. Herder; 1982.
WEINSCHENK, S. 100 Things Every Presenter Needs to Know About People. Ed. Amazon; 2012.

GUÍA DOCENTE

Año académico	2019-2020	
Estudio	Especialización en Marketing Político y Campañas Electorales (EJ39)	
Nombre de la asignatura	LIDERAZGO PERSONAL Y DISCURSO	
Carácter (Obligatoria/Optativa)	Obligatoria	
Créditos (1 ECTS=25 horas)	6	
Carácter (elegir una opción)	X	Presencial
		Semipresencial
		On-line
Profesor responsable:	Luis Marañón	
Idioma en el que se imparte	Español	

CONTENIDOS (Temario)

- Estrategias de liderazgo, fuentes de poder, tácticas de influencia
- Análisis DAFO FODA del candidato político
- Proyección del líder ante el candidato y la opinión pública
- Storytelling y framing
- Persuasión oral y sound bites
- Género y liderazgo

DISTRIBUCIÓN DE CRÉDITOS (especificar en horas)

Número de horas presenciales/on-line asistencia profesor	60
Número de horas de trabajo personal del estudiante	90
Total horas	150

EVALUACIÓN

Sistemas de Evaluación	Ponderación mínima (%)	Ponderación máxima (%)
Asistencia y participación activa	20	20
Realización de trabajos y prácticas	50	50
Pruebas de evaluación teórico-prácticas	30	30

BIBLIOGRAFÍA

- AGUIAR, M. Entender al Elector: Clave para Ganar Elecciones. Beerderberg Magazine (2: 20-22); 2015.
- AILES, R. y KRAUSHAR, J. Tú eres el mensaje: la comunicación con los demás a través de los gestos, la imagen y las palabras. Paidós; 2001.
- ALCÁNTARA SÁEZ, M. El oficio del político. Madrid: Tecnos; 2012.
- ARQUÉS, N. Y tú, ¿qué marca eres? 14 claves para gestionar tu reputación personal. Alienta; 2012.
- ARROYO, L. y YUS, M. Los cien errores de la comunicación de las organizaciones. Pozuelo de Alarcón, Madrid: ESIC Editorial; 2003.
- BARRANCO SÁIZ, F.J. Técnicas de Marketing Político. Madrid: Ediciones Pirámide; 1982.
- BARREDA, M. La democracia española: realidades y desafíos. Barcelona: Editorial UOC; 2006.
- BAUMAN, Z. En Busca de la Política. Buenos Aires: FCE; 2003.
- BERROCAL GOZALO, S. Dirección de Campañas Electorales: Uso Político de los Medios de Comunicación. Universidad Pontificia de

- Salamanca; 2012.
- BORRAYO, C.L. y VALDEZ, A. Gerencia de Campañas Electorales. Encuentro Anual ALICE. ALICE; 2014.
- BRAIDOT, N. Neuromarketing: por qué tus clientes se acuestan con otro si dicen que les gustas tú.
- CAMPS, V. El siglo de las mujeres. Feminismos. Ediciones Cátedra.
- CATTANI, A. Expresarse con acierto. Madrid: Alianza Editorial; 2010.
- CHIRIBOGA, S. Construcción de la Imagen del Candidato. Texto recogido en: Cumbre Mundial de Comunicación 2011. Ivoskus, D. El Segundo Libro de la Cumbre (pp. 143-151). Buenos Aires: DirCom; 2011.
- CIRLIN, A. Enseñar y aprender a debatir. Madrid: BLU Editorial; 2015.
- CLARENC, C. A. Figuras literarias y lexicología del lenguaje; 2012.
- COSTA BONINO, L. Manual de Marketing Político. 2011.
- CRESPO, I. Manual de comunicación política y estrategias de campaña: candidatos, medios y electores en una nueva era. Buenos Aires: Editorial Biblos; 2011.
- CUADRADO, I. ¿Emplean hombres y mujeres diferentes estilos de liderazgo? Análisis de la influencia de los estilos de liderazgo en el acceso a los puestos de dirección. Revista de Psicología Social (18 (3), 283-307). Fundación Infancia y Aprendizaje; 2003.
- DÁVALOS LÓPEZ, A. Estrategias de comunicación política para jóvenes: La influencia del fenómeno Correa en el voto juvenil durante la campaña presidencial de 2006. Alemania: Editorial Académica Española; 2011.
- DÁVALOS LÓPEZ, A. Metodologías y estrategias para las campañas políticas. Texto recogido en: Colección de Comunicación política estratégica (vol. 1). Ecuador: Ágora Democrática y Strategos Red Latinoamérica; 2012.
- DELGADO FERNÁNDEZ, S. Sobre el concepto y el estudio del liderazgo político. Psicología Política (nº 29, pp. 7-29). Universidad de Granada; 2004.
- DURÁN BARBA, J. Estrategias de Comunicación Política. Texto recogido en: Izurieta, R.; Perina, R. and Arterton, C. Estrategias de Comunicación para Gobiernos (23-76). Buenos Aires: La Crujía; 2002.
- DURÁN, J. Estrategias de comunicación política. Texto recogido en: Izurieta, R.; Perina, R.M. y Arterton, C. Estrategias de comunicación política. Ecuador: Editorial Ecuador; 2001.
- DURÁN, J. y NIETO, S. El arte de ganar (1ª edición). Buenos Aires: Editorial Sudamericana; 2010.
- EL CONFIDENCIAL. Las búsquedas en Google demuestran que en Reino Unido no entienden el brexit. Noticias de Tecnología; 2016.
- ELGARRESTA, M. Cómo ganar elecciones. Ecuador: Centros de estudios de la sociedad civil; 2002.
- ENTMAN, R. & ROJECKI, A. The black image in the white mind. Chicago: University of Chicago Press; 2000.
- ENTMAN, R. The communications devolution. Washington, D.C.: Aspen Institute; 1996.
- ESCUDERO CHAUVEL, L. Democracias de Opinión: Medios y Comunicación Política en las elecciones mexicanas 2006. Buenos Aires: La Crujía; 2007.
- FISKE, S. & TAYLOR, S. Social cognition. Boston: McGraw-Hill Higher Education; 2008.
- GARCÍA, V.; D'ADAMO, O. y SLAVINSKY, G. Comunicación política y campañas electorales. Estrategias en Elecciones Presidenciales. Barcelona: Gedisa; 2005.
- GOFFMAN, E. & RODRÍGUEZ, J. Frame analysis. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas; 2006.
- GUBER, P. Storytelling para el éxito. Buenos Aires: Empresa Activa; 2011.
- HALLAHAN, K. Seven Models of framing: Implications for Public Relations. Journal of Public Research (vol. II (3), pp. 205-242); 1999.
- HERRERO, J.C. (ed.). Comunicación en Campaña. Madrid: Pearson; 2014.
- HERRERO, J.C. (ed.). Comunicación política y de gobierno. Madrid: Ed. Roble; 2017.
- HERRERO, J.C. (ed.). Marketing político y electoral. Madrid: Ed. Roble; 2017.
- HERRERO, J.C. ¿Pero qué me estás contando? Políticos, tertulianos y pensamiento crítico. Kindle Edition; 2015.
- HERRERO, J.C. Elementos del pensamiento crítico. Madrid: Marcial Pons; 2016.
- HERRERO, J.C. Una forma de hablar. Fundamentos del discurso público. Madrid: Ed. Pablo Iglesias; 2004.
- HERRERO, J.C. y MARFIL, P. Estrategias de restauración de la imagen y comunicación de crisis en la serie Borgen. Texto recogido en: Estrategias en comunicación y su evolución en los discursos. Madrid: McGraw-Hill; 2016.
- HERRERO, J.C. y MARFIL, P. La comunicación de crisis en política: el perdón como herramienta de restauración de imagen. Estudios sobre el mensaje periodístico (vol. 22, nº 1, pp. 361-373); 2016.
- HERRERO, J.C. y RODRÍGUEZ A. El Candidato. Manual de relaciones con los medios. Zamora: Comunicación Social; 2008.
- HERREROS ARCONADA, M. Teoría y técnica de la propaganda electoral (formas publicitarias). Barcelona: PPU; 1989.
- IBINARRIAGA, A. y TRAD HASBUN, R. El arte de la guerra electoral. Campus Libris; 2009.
- KAPUTA, C. You Are a Brand! GagasMedia; 2011.
- LAKOFF, G. No pienses en un elefante: lenguaje y debate político. Madrid: Complutense; 2007.
- LÓPEZ CAMPS, J. y LEAL FERNÁNDEZ, I. Aprender liderazgo político. Barcelona: Paidós; 2005.
- LOWNEY, C. El liderazgo al estilo de los jesuitas. Bogotá: Editorial Norma; 2003.
- LUNTZ, F. Palabras que funcionan. S.I.: Hyperion; 2006.
- LUPANO PERUGINI, M.L. y CASTRO SOLANO, A. Estudios sobre el liderazgo. Teorías y evaluación. Publicaciones: Psicología, Cultura y Sociedad (pp. 107-121). Facultad de Ciencias Sociales. Universidad de Palermo.
- LUPANO PERUGINI, M.L. y CASTRO SOLANO, A. Teorías implícitas del liderazgo masculino y femenino según ámbito de desempeño. Ciencias Psicológicas (pp. 139-150). Prensa Médica Latinoamericana; 2011. ISSN 1688-4094.
- MAQUIAVELO, N. El Príncipe. Ed. Medi; 2010.
- MATUS, C. El líder sin estado mayor: la oficina del gobernante. Buenos Aires: Universidad Nacional de La Matanza; 2008.
- McCULLOUGH, C. Las Mujeres de César. Barcelona: Planeta; 2004.
- MORA Y ARAUJO, M. El Poder de la Conversación: Elementos para una teoría de la Opinión Pública. Buenos Aires: La Crujía; 2005.

- MUNDUATE, L. Género y liderazgo. Diferencias entre hombres y mujeres en el acceso a los puestos directivos. *Revista Psicología Social*. Fundación Infancia y Aprendizaje; 2003.
- MUÑOZ ALONSO, A. Política y nueva comunicación. El impacto de los medios en la vida política. Madrid: Fundesco; 1989.
- NATERA PERAL, A. El liderazgo político en la sociedad democrática. Madrid: Centro de Estudios Políticos y Constitucionales; 2001.
- NIETO, S. Apuntes de la clase de marketing electoral. Quito: Postgrado en Comunicación Política y de Gobierno, Universidad Central del Ecuador; 2005.
- NÚÑEZ, A. Será mejor que lo cuenten. Barcelona: Ediciones Urano; 2007.
- NYE, J. Las cualidades del líder. Barcelona: Paidós; 2011.
- ORTIZ CASTAÑO, P. Manual de técnicas electorales. Madrid: Ediciones Ciencias Sociales; 1993.
- ORWELL, G. 1984. Madrid: J. A. Mestas; 2003.
- PAINTER-MORLAND, M. Género, liderazgo y organización. Documentación (pp. 475-503). Consejería de Economía y Hacienda. Junta de Andalucía.
- PÉREZ, L.A. Marketing social. México: Pearson Educación de México; 2004.
- PEW RESEARCH CENTER. Number of women leaders around the world has grown, but they're still a small group.
- PEW RESEARCH CENTER. Women and Leadership. Public Says Women are Equally Qualified, but Barriers Persist.
- RAPAILLE, C. The culture code. New York: Broadway Books; 2006.
- ROMÁS MARUGÁN, P. y FERRI DURÁ, J. El liderazgo político femenino. La dificultad de una explicación. *Raudem, Revista de Estudios de las Mujeres* (vol. 1). Universidad de Almería; 2013. ISSN: 2340-9630.
- RUILOBA NÚÑEZ, J.M. Liderazgo político y género en el siglo XXI. *Entramado* (vol.9, nº 1, enero-junio). Cali: Universidad de Cali; 2013.
- SAAVEDRA, P. y CASTRO, C. Hacia una democracia paritaria. Análisis y revisión de las leyes electorales vigentes. Coordinadora Española para el Lobby Europeo de Mujeres (CELEM). Comisión Europea.
- SÁDABA, T.; RODRÍGUEZ-VIRGILI, J. y LA PORTE, M. La teoría del framing en la investigación en Comunicación Política. Texto recogido en: Canel, M. and Mario, G. (ed.). *Estudios de Comunicación Política 1*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid; 2008.
- SALMON, C.; ROIG, M. y BÉRTOLO, I. Storytelling. Barcelona: Península; 2016.
- SÁNCHEZ GALICIA, J. y AGUILAR, E. Razones de Voto. México: Instituto de Comunicación Política; 2004.
- SARTORI, G. y FONTENLA, F.S. Partidos y sistemas de partidos: marco para un análisis. Alianza; 1992.
- SHAMBAUGH, REBECCA. Leadership Secrets Of Hillary Clinton. *Forbes*; 2010.
- SIMMONS, A. The story factor. Cambridge, Mass: Perseus Pub; 2001.
- SNIJDERS, E. y HERRERA, A. El consejo. Barcelona: Alienta; 2011.
- THE NEW YORK TIMES. Theresa May, la mujer que podría ser la próxima líder del Reino Unido:
- TZU, S. El Arte de la Guerra. Lectorum; 2004.
- UN WOMEN (ONU MUJERES). Women in Politics 2015 Map.
- VALCÁRCEL, A. La política de las mujeres. *Feminismos*. Ediciones Cátedra.
- VV.AA. Sistemas electorales de cuotas de género y su aplicación en Europa. Parlamento Europeo. Dirección General de Políticas Internas. Departamento Temático C. Derechos de los Ciudadanos y Asuntos Constitucionales.
- WORLD ECONOMIC FORUM. Informe Global de la Brecha de Género 2015.
- ZAMORA MEDINA, R.; HERNÁN GÓMEZ, F. y LOSADA DÍAZ, J. La inteligencia contextual en el líder político: Análisis de la imagen del presidente de la Región de Murcia. Pamplona: XXVII Congreso CICOMM; 2012.
- ZIMBARDO, P. y SÁNCHEZ BARBERAN, G. El efecto Lucifer. Barcelona: Paidós; 2008.

GUÍA DOCENTE

Año académico	2019-2020	
Estudio	Especialización en Marketing Político y Campañas Electorales (EJ39)	
Nombre de la asignatura	CONSULTORÍA POLÍTICA: DISEÑO Y GESTIÓN DE CAMPAÑAS	
Carácter (Obligatoria/Optativa)	Obligatoria	
Créditos (1 ECTS=25 horas)	6	
Carácter (elegir una opción)	X	Presencial
		Semipresencial
		On-line
Profesor responsable:	Julio César Herrero	
Idioma en el que se imparte	Español	

CONTENIDOS (Temario)

- Organización y coordinación de campañas electorales
- El diseño del programa
- Plan de Comunicación y plan de medios
- Búsqueda, recaudación y gestión de fondos
- La campaña permanente
- Branding político y performance electoral
- Estrategia online
- Marketing y comunicación institucional
- Creatividad audiovisual: narrativa, guion y spot electoral
- Anuncios de refuerzo personal frente a campañas de desprestigio
- Debates electorales

DISTRIBUCIÓN DE CRÉDITOS (especificar en horas)

Número de horas presenciales/on-line asistencia profesor	60
Número de horas de trabajo personal del estudiante	90
Total horas	150

EVALUACIÓN

Sistemas de Evaluación	Ponderación mínima (%)	Ponderación máxima (%)
Asistencia y participación activa	20	20
Realización de trabajos y prácticas	50	50
Pruebas de evaluación teórico-prácticas	30	30

BIBLIOGRAFÍA

AELST, P.V.; T. SHEAFER, T. y STANYER, J. The personalization of mediated political communication: A review of concepts, operationalizations and key findings. *Journalism* (13(2) 203 –220). Sage; 2011.

ÁLVAREZ CONDE, E. Los principios del derecho electoral. Madrid: Revista del Centro de Estudios Constitucionales (nº 9); mayo-agosto 1991.

- ÁLVARO GARCÍA, D.; FONSECA PORRAS, E. El método Podemos: marketing marxista para partidos no marxistas. Madrid: Última Línea; 2015.
- AMADEO, B. Diferentes miradas sobre la comunicación gubernamental. Ficha pedagógica, Materia Opinión Pública. Buenos Aires: Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires; 2014.
- AMADO, A. Política pop. Buenos Aires: Ariel; 2010.
- ANNUNZIATA, R. Proximidad. El lazo representativo y los líderes del PRO. Ponencia en el V Congreso internacional de comunicación política y estrategias de campaña: ¿Está la política escuchando? Asociación Latinoamericana de Comunicación Política y Estrategias de Campaña (ALICE). Buenos Aires: Universidad Austral; 28 al 30 de julio de 2016.
- ARGENTI, P. Corporate communication. The Tuck School of Busines at Darmouth. Mc.Graw Hill (seventh edition); 2016.
- ARISTÓTELES. Retórica. Madrid: Alianza Editorial; 2014.
- ARROYO, L. El poder político en escena. Historia, estrategia y liturgias de la comunicación política. Barcelona: RBA; 2012.
- ARROYO, L.; MAGALI, Y. Los cien errores de la comunicación de las organizaciones. Esic; 2007.
- BARÓMETRO GLOBAL DE CORRUPCIÓN DE TRANSPARENCIA INTERNACIONAL. Cinismo y desconfianza invaden a la Región. 2013.
- BAUMAN, Z. Vida de consumo. México: Fondo de Cultura Económica; 2007.
- BENNET, L. The Personalization of Politics: Political Identity, Social media, and Changing Patterns of Participation. ANNALS, AAPSS (644, November, p. 20-39); 2012.
- BERTOLDI, G. La campaña emocional. Comunicación política en el territorio de los sueños. Buenos Aires: Dunken; 2009.
- BLASCO, E.J. La campaña de anuncios más negativa de la historia. Diario ABC; 07/11/2012.
- BOBBIO, N.; NICOLA, M. Diccionario de Política (tomo I). México D.F.: Siglo Veintiuno Editores; 1985.
- BOSE, M. From votes to victory. College Station (Texas): A & M University Press; 2010.
- BRAVO, S. Las campañas negativas. ¿Información necesaria o simple desprestigio del oponente? Revista Campaigns & Elections; abril 2013.
- BRYANT, J.; ZILLMAN, D. Los efectos de los medios de comunicación. Madrid: Bosch Ed.; 2005.
- CABAÑEDO-VERSOZA, C. Building Commitment to Reform through Strategic Communication. The World Bank; 2009.
- CANEL, M.J. Comunicación política. Técnicas y estrategias para la sociedad de la información. Madrid: Tecnos; 1999.
- CANEL, M. Comunicación política: una guía para su estudio y práctica. Tecnos; 2006.
- CANEL, M.J. Comunicación de las Instituciones Públicas. Madrid: Ed. Tecnos; 2007.
- CAPRARÁ, G.V. y ZIMBARDO, P.G. Personalizing Politics: A Congruency Model of Political Preference. American Psychologist (vol. 59, nº 7, 581-594); 2004.
- CASTELLS, M. Comunicación y poder. Madrid: Alianza; 2009.
- CATTANI, A. Expresarse con acierto. Madrid: Alianza Editorial; 2010.
- CICERÓN, Q.T. Breviario de campaña electoral. Barcelona: Quaderns Crema S. A; 1993.
- CIRLIN, A. Enseñar y aprender a debatir: Programa de desarrollo académico. Madrid: BLU Editorial; 2015.
- COLEMAN, S. & BUTLER, D. Televised election debates. Houndmills Basingstoke: Macmillan; 2000.
- COSTA, P. Cómo ganar unas elecciones. Comunicación y movilización en las campañas electorales. Barcelona: Paidós; 2008.
- COSTA, P. Estrategias de comunicación en campañas electorales. Texto recogido en: Costa, P. (comp). Cómo ganar unas elecciones. Comunicación y movilización en las campañas (pp. 3-70). Barcelona: Paidós; 2008.
- CRESPO MARTÍNEZ, I.; D'ADAMO, O.; GARCÍA BEAUDOUX, V. y MORA RODRÍGUEZ, A. (coords.). Diccionario Enciclopédico de Comunicación Política. Madrid: ALICE, 2ª ed.; 2016.
- CRESPO, I.; GARRIDO, A.; CARLETA, I. y RIORDA, M. Manual de Comunicación Política y estrategias de campaña. Candidatos, medios y electores en una nueva era. Buenos Aires: Biblos; 2011.
- CUTLIP, S. Relaciones públicas eficaces. Madrid: Gestión; 2000.
- DÁVALOS LÓPEZ, A. Manuales de capacitación electoral (tomo 1). Metodologías y estrategias para las campañas políticas. México: Instituto de Capacitación y Desarrollo Político A. C.; 2013.
- DE ARAGÓN, A. Cómo ganar el corazón y la mente de los votantes. Guatemala: Konrad Adenauer Stiftung; 2009.
- DE ESTEBAN, J. y otros. El proceso electoral, la razón de las elecciones, estructura del proceso electoral, los sistemas electorales comparados, el caso español, entre la ley de reforma política y la ley electoral: Análisis del referéndum de 1976. Madrid: Editorial Politeia; 1977.
- DEL REY MORATÓ, J. Comunicación política, Internet y campañas electorales. Madrid: Editorial Tecnos; 2007.
- DEL REY MORATÓ, J. Comunicación política, Internet y campañas electorales. De la teledemocracia a la ciberdemocr@cia. Madrid: Tecnos; 2007.
- DEL REY MORATÓ, J. Los juegos de los políticos. Teoría general de la información y comunicación política. Madrid: Editorial Tecnos; 1997.
- DEL TRONCO, J. Desconfianza institucional y representación política en América Latina.
- DELL'ORO, J. Contexto de la comunicación política actual. Texto recogido en: FARA, C. Manual de marketing y comunicación política (pp. 115-145). Buenos Aires: Fundación Konrad Adenauer; 2012.
- DONALDSON, G. The first modern campaign. Lanham, Md.: Rowman & Littlefield Pub; 2007.
- DURÁN, J. y S. NIETO. El arte de ganar. Buenos Aires: Sudamericana; 2010.
- DWORAK, F. A favor de las campañas negativas: Un alegato para México. Revista IUS (6(30), pp. 118-135); 2012.
- EKSTRÖM, M. & TOLSON, A. Media talk and political elections in Europe and America. Palgrave Macmillan; 2013.
- ELDIARIO.ES. Cumpplimos y el aborto o cómo el PP se contradice en 11 días. Maldita Hemeroteca. 2015.
- ELGARRESTA, M. Cómo ganar elecciones. Quito: Centros de Estudios de la Sociedad Civil; 2002.
- ELÍAS SÁNCHEZ, G. Las campañas negativas. La Rioja (Argentina): Revista IN IURE (año 5, vol. 2, pp. 46-63); 2015.
- ELIZALDE, L. y RIORDA, M. Comunicación gubernamental 360. Buenos Aires: Editorial La Crujía; 2013.
- ELIZALDE, L.; PEDEMONTE FERNÁNDEZ, D. y RIORDA, M. (eds.). La construcción del consenso. Buenos Aires: La Crujía. Ediciones;

- 2011.
- ESKIBEL, D. Cómo defenderse de un ataque político (y sobrevivir). Libro digital publicado por Psicociudad; 2010.
- ESKIBEL, D. Positiva, negativa y sucia. Blog Maquiavelo y Freud; 2012. Disponible online en: <http://maquiavelofreud.com/positiva-negativa-y-sucia/>
- ESTRAVIZ, M. Mejores prácticas en recaudación de fondos. Alianza Latina; 2012.
- FARA, C. Estrategias de campaña. Texto recogido en: FARA, C. Manual de marketing y comunicación política (pp. 71-109). Buenos Aires: Fundación Konrad Adenauer; 2013.
- FARA, C. Manual de Marketing y Comunicación Política. Acciones para una Buena Comunicación en Campañas Electorales. Buenos Aires: Konrad Adenauer Stiftung y Asociación Civil Estudios Populares; 2001.
- FARA, C. Storytelling. ¿Cómo construir un relato? Texto recogido en: FARA, C. Manual de marketing y comunicación política (pp. 147-152). Buenos Aires: Fundación Konrad Adenauer; 2013.
- FARA, C.; FERNÁNDEZ-ARDÁIZ, J.; GUBERMAN, L.; REINA, A.; REINA, M. Campañas electorales e Internet. Texto recogido en: FARA, C. Manual de marketing y comunicación política (pp. 173-187). Buenos Aires: Fundación Konrad Adenauer; 2013.
- FUNDACIÓN KONRAD ADENAUER. Manual de marketing y comunicación política.
- GARCÍA BEAUDOUX, V. y D'ADAMO, O. Campaña negativa: propuesta de una matriz de variables e indicadores para su análisis. Santiago de Compostela: III Congreso Internacional de ALICE; 2014.
- GARCÍA, V.; D'ADAMO, O. y SLAVINSKY, G. Comunicación política y campañas electorales. Estrategias en elecciones presidenciales. Barcelona: Gedisa; 2005.
- GERSTLÉ, J. La comunicación política. Santiago de Chile: LOM Ediciones; 2005.
- GUTIÉRREZ-RUBÍ, A. Política: del big data al data thinking. ACOP Paper (nº 2); 2015.
- HART, R. Campaign talk. Princeton. N.J.: Princeton University Press; 2000.
- HECLO, H. Campaigning and Governing. Texto recogido en: Ornsetin, N. y Mann, T. (eds.), The Permanent Campaign and Its Future (pp. 1-37). Washington: American Enterprise Institute y The Brookings Institution; 2000.
- HERRERO J.C. y MARFIL MEDINA, P. El perdón como estrategia de restauración de la imagen: el caso del rey Juan Carlos. Texto recogido en: ZER Revista de Estudios de Comunicación, nº 40. Bilbao: UPV/EHU (DOI: 10.1387/zer.16408, pp. 51-65); 2016.
- HERRERO, J.C. (ed.). Comunicación en Campaña. Madrid: Pearson; 2014.
- HERRERO, J.C. (ed.). Comunicación política y de gobierno. Madrid: Ed. Roble; 2017.
- HERRERO, J.C. (ed.). Marketing político y electoral. Madrid: Ed. Roble; 2017.
- HERRERO, J.C. ¿Pero qué me estás contando? Políticos, tertulianos y pensamiento crítico. Kindle Edition; 2015.
- HERRERO, J.C. Elementos del pensamiento crítico. Madrid: Marcial Pons; 2016.
- HERRERO, J.C. Una forma de hablar. Fundamentos del discurso público. Madrid: Ed. Pablo Iglesias; 2004.
- HERRERO, J.C. y BENOIT, W. Análisis funcional de los debates electorales de 2008 a la presidencia del gobierno. Texto recogido en: ZER (vol. 14); 2009.
- HERRERO, J.C. y CONNOLLY, C. Politics and impression management. An Analysis of Spanish advertising messages in the 2004 parliamentary elections. Texto recogido en: The EU expansion: communicating shared sovereignty in the parliamentary elections. Estados Unidos: Peter Lang; 2008.
- HERRERO, J.C. y CONNOLLY, C. Political advertising in Spain and Portugal. Texto recogido en: Lee Kaid, L. y Holtz-Bacha, C. The Sage Handbook of Political Advertising. Estados Unidos: Sage; 2006.
- HERRERO, J.C. y MARFIL, P. El discurso del perdón en comunicación política: la disculpa del rey Juan Carlos I. Revista Opción (año 32, nº especial 7, pp. 1068-1092); 2016.
- HERRERO, J.C. y MARFIL, P. Estrategias de restauración de la imagen y comunicación de crisis en la serie Borgen. Texto recogido en: Estrategias en comunicación y su evolución en los discursos. Madrid: McGraw-Hill; 2016.
- HERRERO, J.C. y MARFIL, P. La comunicación de crisis en política: el perdón como herramienta de restauración de imagen. Estudios sobre el mensaje periodístico (vol. 22, nº 1, pp. 361-373); 2016.
- HERRERO, J.C. y RODRÍGUEZ A. El Candidato. Manual de relaciones con los medios. Zamora: Comunicación Social; 2008.
- HOLBROOK, T. Do campaigns matter? Thousand Oaks: Sage Publications; 1996.
- HREBENAR, R.; SCOTT, R.K. Interest groups politics in America. Englewood Cliffs: Prentice Hall; 1990.
- IBINARRIAGA, A. y TRAD, R. El arte de la guerra electoral. Campus Libris; 2009.
- IIDH/CAPEL. Partidos y clase política en América Latina en los 90. San José de Costa Rica: Ed. IIDH/CAPEL; 1995.
- INEP. Diccionario electoral del Instituto Nacional de Estudios Políticos: <http://diccionario.inep.org/>
- ITURBE CARVAJAL, C.I. Las campañas negativas a través de los anuncios en televisión: su papel en las elecciones presidenciales de México 2006. Tesis doctoral, UCM; 2013.
- IZURIETA, R.; ARTERTON C. y PERINA R.M. Estrategias de comunicación para gobiernos. Buenos Aires: La Crujía; 2005.
- IZURIETA, R.; PERINA, R. y ARTERTON, C. Estrategias de Comunicación para Gobiernos. Buenos Aires: Editorial La Crujía; 2003.
- JAMIESON, K. Everything you think you know about politics - and why you're wrong. New York: Basic Books; 2000.
- JEREZ, F. Engaños y desengaños de un partido emergente. El caso de UPyD. Madrid: Ed. Guante blanco; 2016.
- KARVONEN, L. The Personalization of Politics: a study of parliamentary democracies. ECPR Press; 2009.
- INFOBAE. Kennedy-Nixon: detalles de un debate histórico que torció una elección. 2017. Disponible online en: <http://www.infobae.com/2015/11/15/1769249-kennedy-nixon-detalles-un-debate-historico-que-torcio-una-eleccion/>
- KOTLER, P. Fundamentos de mercadotecnia. México: Prentice Hall Hispanoamericana; 1991.
- KRAUS, S.; KENNEDY, J. & NIXON, R. The great debates. Bloomington (Indiana) University Press; 1962.
- LA NACIÓN. Transcripción completa del debate presidencial entre Macri y Scioli. Disponible online en: <http://www.lanacion.com.ar/1845904-transcripcion-completa-del-debate-presidencial-entre-macri-y-scioli>

- LARREA, T. En qué pensamos los ecuatorianos al hablar de democracia (p. 87). Corporación Participación Ciudadana; 2007.
- LEE KAID, L. & HOLTZ-BACHA, C. The SAGE Handbook of Political advertising. SAGE; 2006.
- LEES-MARSHMENT, J. Political Marketing: Principles and applications. Routledge Taylor & Francis Group; 2014.
- LEVI, L. Voz "legitimidad". Texto recogido en: Bobbio, N.; Matteucci, N. y Pasquino, G. Diccionario de Política (pp. 862-866). México: Siglo XXI; 1998.
- LÓPEZ, M. y REIG, T. La Comunicación política en los "Social media": Análisis comparado de la campaña de Barack Obama y Hillary Clinton en 2008. Historia de Comunicación Social. Madrid: UCM; 2013.
- LUNA, C.I. Estrategias de Comunicación e Impacto de las Políticas Públicas. Revista Panameña de Política (nº 7); enero-junio de 2009.
- MAAREK, P. Campaign Communication and Political Marketing. Wiley-Blackwell; 2006.
- MAAREK, P. Marketing político y comunicación. Barcelona: Paidós Ibérica S. A.; 1997.
- MAAREK, P. Marketing político y comunicación. Claves para una buena información política. Barcelona: Paidós; 2009.
- MAJONE, G. Evidencia, argumentación y persuasión en la formulación de políticas. México: Fondo de Cultura Económica; 1997.
- MARTÍN GRANADOS, I. La última tendencia en las campañas negativas son los sitios web falsos. Revista "El Molinillo" (nº 63). Asociación de Comunicación Política (ACOP); marzo de 2014.
- MARTÍN SALGADO L. Marketing político. Arte y ciencia de la persuasión en democracia. Barcelona: Editorial Paidós; 2002.
- MASSONI, S La comunicación como herramienta estratégica. Buenos Aires: Secretaria de Estado de Agricultura, Ganadería y Pesca; 1990.
- MAZZOLENI, G. La Comunicación política. Madrid: Alianza Editorial; 2010.
- MAZZOLENI, G. y SFARDINI, A. Política Pop: da "Porta a Porta" a "L'Isola dei famosi". Bologna: Il Mulino; 2009.
- MENDIETA RAMÍREZ, Á. Participación política electoral en América Latina y sus repercusiones en México. México: Benemérita Universidad Autónoma de Puebla; 2012.
- MILLER, J.A. Extimidad. Los cursos psicoanalíticos de Jacques-Alain Miller. Buenos Aires: Paidós; 2010.
- MORRIS, D. Juegos de poder, ganar o perder. El Ateneo; 2012.
- MORRIS, D. The New Prince. Los Ángeles: Renaissance Books; 1991.
- MUÑOZ, G. El arte de medir: Manual de analítica Web. Barcelona: Bresca Profit; 2011.
- NOGUERA, F. La campaña permanente. Texto recogido en: Izurieta, R.; Arterton, Ch. y Perina, R. Estrategias de comunicación para gobiernos (pp. 77-101). 3ª ed. Buenos Aires: La Crujía; 2005.
- O'DONNELL, G. Delegative Democracy. Journal of Democracy National Endowment for Democracy and The Johns Hopkins University Press 5(1):55-69; 1994.
- O'DONNELL, G.; IAZZETTA, O. y QUIROGA, H. (coords.). Democracia delegativa. Buenos Aires: Prometeo; 2011.
- ORTIZ CASTAÑO, P. Manual de técnicas electorales. Madrid: Ediciones Ciencias Sociales; 1993.
- PASQUIER, M. Marketing Management and Communication in the Public Sector. Routledge Taylor and Francis Group; 2012.
- PEÑA-JIMÉNEZ, P. El spot electoral negativo. Revista Latina de Comunicación Social (nº 66, pp. 399-425). La Laguna (Tenerife): Universidad de La Laguna; 2011.
- PÉREZ GARCÍA, D. Técnicas de comunicación política. El lenguaje de los partidos. Madrid: Tecnos; 2003.
- PÉREZ LÓPEZ, A. Si no comunicas, no existes. La comunicación en las fundaciones. Madrid: Marcial Pons; 2008.
- PIETRUSZA, D. 1960. LBJ vs. JFK vs. Nixon: The Epic Campaign That Forged Three Presidencies. New York: Union Square Press; 2008.
- PIZARROSO QUINTERO, A. Historia de la propaganda. Madrid: Eudema; 1993.
- PLASSER, F. La comunicación política en los hemisferios Norte y Sur. ¿Qué intercambio recíproco puede esperarse? Revista Diálogo Político, Bs. As., Konrad Adenauer Stiftung (año XXI, n° 2); 2004.
- PORTILLO, M. Campañas negativas y preferencias electorales: el caso de las elecciones presidenciales de México en 2006. México: Revista Razón y Palabra (nº 79); 2012.
- RINCÓN, O. (ed.). Los tele-presidentes. Cerca del pueblo, lejos de la Democracia. Crónicas de 12 presidentes latinoamericanos y sus modos de comunicar. Bogotá: Centro de Competencia en Comunicación para América Latina, Friedrich Ebert Stiftung; 2008.
- RIORDA, M. Comunicación gubernamental 360. Argentina: La Crujía; 2013.
- RIORDA, M. Gobierno bien pero comunico mal: análisis de las Rutinas de la Comunicación Gubernamental. Caracas: Revista del CLAD Reforma y Democracia (nº 40); febrero 2008.
- RIORDA, M. y FARRÉ, M. ¡Ey, las ideologías existen!: comunicación política y campañas electorales en América Latina. Buenos Aires: Editorial Biblos; 2012.
- RIORDA, M. y RINCÓN, O. (eds.). Comunicación gubernamental en acción. Narrativas presidenciales y mitos de gobierno. Buenos Aires: Biblos; 2016.
- RIORDA, M. y RINCÓN, O. Comunicación política en acción: narrativas presidenciales y mitos de gobierno. Buenos Aires: Editorial Biblos; 2016.
- RIORDA, M.; CRESPO, I.; GARRIDO, A. y CARLETTA, I. Manual de Comunicación Política y estrategias de campaña. Candidatos, medios y electores en una nueva era. Buenos Aires: Editorial Biblos; 2011.
- ROIG, X. Dirigir una campaña. Texto recogido en: COSTA, P. (comp). Cómo ganar unas elecciones. Comunicación y movilización en las campañas (pp. 71-139). Barcelona: Paidós; 2008
- ROSSI, S. Relaciones con los medios en campañas electorales. Texto recogido en: FARA, C. Manual de marketing y comunicación política (pp. 153-171). Buenos Aires: Fundación Konrad Adenauer; 2012.
- SABIONCELLO, V. Relaciones con la prensa (material no publicado). 2015.
- SALCEDO AQUINO, R. y MARIO MARTÍNEZ, S. El frente de la campaña negativa. Texto recogido en: Manual de Campaña. Teoría y práctica De La Persuasión Electoral. Instituto Nacional de Estudios Políticos A.C.; 2006.

- SÁNCHEZ GALICIA, J. (coord.). Treinta claves para entender el poder. Léxico para la nueva Comunicación Política (vol. II. "Campaña Negativa", pp. 35-46). México: Alfredo Dávalos López; 2013.
- SÁNCHEZ GALICIA, J. Treinta claves para entender el poder: Léxico para la nueva comunicación política. 2014.
- SÁNCHEZ GALICIA, J. Voz "campaña permanente". Texto recogido en: Crespo Martínez, I.; D'Adamo, O.; García Beaudoux, V. y Mora Rodríguez, A. (coords.). Diccionario Enciclopédico de Comunicación Política (pp. 61-64). Madrid: ALICE, 2ª ed.; 2016.
- SANTIAGO BARNÉS, J.; ORTEGA JARRÍN, G. y CARPIO GARCÍA, J.A. Consultoría Política. Salamanca: CIGMAP (UCJC) y editorial Amarante; 2016.
- SARTORI, G. Homo Videns. La sociedad teledirigida. Buenos Aires: Taurus; 1998.
- SCHROEDER, A. Presidential debates. New York: Columbia University Press; 2000.
- SCHWARTZ, T. La respuesta emocional (pp. 124-131). SENTE; 2001.
- SIBILIA, P. La intimidad como espectáculo. Buenos Aires: Fondo de cultura económica; 2008.
- SOLOZÁBAL ECHEVARRÍA, J. Una visión institucional del proceso electoral. Madrid: Revista Española de Derecho Constitucional (nº 39); septiembre-diciembre 1993.
- URCOLA TELLERÍA, J.L.; URCOLA MARTIARENA, N. Manual práctico de comunicación empresarial. Madrid: ESIC; 2015.
- URREA CUÉLLAR, J. Partidos políticos y representación en Latinoamérica. Colombia.
- VALDEZ ZEPEDA, A. La guerra sucia en campañas electorales. México: Trillas; 2007.
- VV.AA. Comunicación política y campañas electorales: estrategias en elecciones presidenciales. Gedisa; 2009.
- VV.AA. El debate de los debates: España y EE.UU. 2008. Madrid: S. A. AMBIT SERVEIS EDITORIALS; 2009.
- WESTON, A. Las claves de la argumentación. España: Editorial Ariel; 1999.
- WINOCOUR, R. Comunicación política. Texto recogido en: Baca Olamendi, L. et al. (comps.). Léxico de la política (pp. 76-81). México: Fondo de Cultura Económica; 2000.
- WOLTON D. Pensar la comunicación. Buenos Aires: Prometeo; 2007.
- WOLTON, D. Las contradicciones de la comunicación política. Texto recogido en: Gauthier, G.; Gosselin, A. y Mouchon, J. Comunicación política (pp. 110-130). Barcelona: Gedisa; 1998.
- ZAMORA, R. (coord.). El candidato marca: cómo gestionar la imagen del líder político. Madrid: Fragua; 2009.

GUÍA DOCENTE

Año académico	2019-2020	
Estudio	Especialización en Marketing Político y Campañas Electorales (EJ39)	
Nombre de la asignatura	TRABAJO FIN DE TÍTULO	
Carácter (Obligatoria/Optativa)	Obligatoria	
Créditos (1 ECTS=25 horas)	3	
Carácter (elegir una opción)	X	Presencial
		Semipresencial
		On-line
Profesor responsable:	Julio César Herrero	
Idioma en el que se imparte	Español	

CONTENIDOS (Temario)

El TFM se podrá enmarcar en una de las siguientes modalidades:

- **PLAN DE LA COMUNICACIÓN PARA UN PARTIDO O UN GOBIERNO.** Diseño de un plan de comunicación para un partido político o un gobierno. Los planes de comunicación deberán incluir el estudio de situación, análisis de públicos, secuencia de acciones y eventos, técnicas y tácticas a emplear, calendario, presupuesto y evaluación prevista. La propuesta del plan se hará de forma tal que éste sea aplicable por la organización para la que se hace.
- **ESTRATEGIA ELECTORAL DE PARTIDO O CANDIDATO.** Elaboración una estrategia de campaña bien para un partido o para un candidato. Se precisará aportar todos los indicadores necesarios así como el plan de acción.

DISTRIBUCIÓN DE CRÉDITOS (especificar en horas)

Número de horas presenciales/on-line asistencia profesor	20
Número de horas de trabajo personal del estudiante	55
Total horas	75

EVALUACIÓN

Sistemas de Evaluación	Ponderación mínima (%)	Ponderación máxima (%)
Asistencia y participación activa	10	10
Realización de trabajos y prácticas	20	20
Pruebas de evaluación teórico-prácticas	70	70