

UNIDAD ACADÉMICA: **Facultad de Ciencias Sociales – Universidad de Buenos Aires**

CARRERA: **Licenciatura en Ciencia Política**

OBLIGACIÓN ACADÉMICA: **Seminario “Comunicación y estrategia política”**

TITULARES: Christian Gribaudo – Santiago Seoane Cabral

CUATRIMESTRAL: **Sí - 3 HORAS SEMANALES – Viernes de 9.00 a 12.00 Hs.**

PROGRAMA 2015

1. OBJETIVOS DE LA ASIGNATURA:

Que el estudiante logre:

Comprender la especificidad de la comunicación política moderna
Incorporar herramientas de la comunicación política
Conocer distintas estrategias electorales en un sistema republicano

2. UNIDADES TEMÁTICAS:

Unidad 1 – Introducción e Historia

Introducción a la Comunicación Política
Contextualización de la comunicación política moderna
Historia de la Comunicación Política Moderna – en el mundo y en Argentina

Unidad 2 - Campañas electorales

Influencia del sistema de partidos sobre el desarrollo de una campaña
Estrategia electoral
Aportes del Marketing
Dinámica de una campaña
Comunicación electrónica

Unidad 3 – Comunicación política aplicada

Análisis de piezas publicitarias y estrategias electorales
Comunicación política 2.0
Aplicaciones de las Neurociencias
Afiches de campaña
Spots nacionales e internacionales
Debate
Comunicación de gobierno

3. BIBLIOGRAFÍA OBLIGATORIA

- DURAN BARBA, Jaime y NIETO, Santiago; *Mujer, sexualidad, Internet y política*, México D.F., Fondo de Cultura Económica, 2006
- MORRIS, Dick; *El nuevo Príncipe*, Buenos Aires, Editorial El Ateneo - 1999

- MARTINEZ PANDIANI, Gustavo; *Homo zapping*, Buenos Aires, Ugerman Editor, 2004
- MORA Y ARAUJO, Manuel; *El poder de la conversación*, Buenos Aires, La Crujía, 2004
- MAQUIAVELO, Nicolás; *El príncipe*, Madrid, Tecnos, 1993.
- MARTINEZ PANDIANI, Gustavo; *La revancha del receptor*, Buenos Aires, Ediciones Universidad del Salvador, 2008.
- DIXIT, Avinash y NALEBUFF, Barry; *Thinking Strategically*, New York, Norton, 1993.

4. BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- IZURIETA CANOVA, Roberto (compilador); *Estrategias de comunicación para gobiernos*, Buenos Aires, La Crujía, 2002.
- HENTSCHEL, Harmut; *Encuesta y opinión pública. Aspectos metodológicos*, Buenos Aires, Edivern, 2002.
- HAIME, Hugo; *La Imagen al Poder. La consultoría política en acción*, Buenos Aires, Corregidor, 1997.
- MARTINEZ PANDIANI, Gustavo; *Marketing político. Campañas, medios y estrategias electorales*, Buenos Aires, Ugerman Editor, 2001
- D'ADAMO, Orlando y otros; *Comunicación política y campañas electorales*, Buenos Aires, Editorial Gedisa, 2005.
- AILES, Roger; *Tú eres el mensaje*, Madrid, Paidós, 1999.
- MORA Y ARAUJO, Manuel y otros; *Democracias desafiantes*; Buenos Aires, ALACOP, 2004.
- FAUCHEUX, Ronald A.; *Running for office*; Lanham, M Evans, 2002.
- CARVILLE, James – BEGALA, Paul: *Buck up, suck up*; New York, Simon& Schuster, 1996.

5. SISTEMA DE EVALUACIÓN FINAL:

Se deberá entregar una monografía final al término de la cursada. El tema debe estar en relación con alguna de las unidades temáticas vistas durante el seminario y debe ser elegido de común acuerdo con el cuerpo docente.