

DATOS GENERALES

Curso académico

Tipo de curso	Experto Universitario
Número de créditos	11,00 Créditos ECTS
Matrícula	950 euros (importe precio público)
Requisitos de acceso	Licenciado universitarios. Personal de los partidos políticos. Candidatos y cargos electos Asesores institucionales. Profesionales de las administraciones públicas con tarea de dirección política
Modalidad	Presencial
Lugar de impartición	Fundación Universidad-Empresa
Horario	Viernes de 16 a 20 y sábados de 9 a 13 h.

Dirección

Organizador	Departament de Dret Constitucional, Ciència Política i de l'Administració
Dirección	Pablo Oñate Rubalcaba Departament de Dret Constitucional, Ciència Política i de l'Administració. Universitat de València. Catedràtic d'Universitat.. Juan Rodríguez Teruel Contratado/a Doctor/a. Departament de Dret Constitucional, Ciència Política i de l'Administració. Universitat de València

Plazos

Preinscripción al curso	Hasta 16/10/2017
Fecha inicio	Noviembre 2017
Fecha fin	Mayo 2018

Más información

Teléfono	961 603 000
E-mail	informacion@adeituv.es

PROGRAMA

Dirección y análisis políticos

- 1.1.- Elites y representación.
- 1.2.- Comportamiento y actores políticos
- 1.3.- Opinión pública y encuestas
- 1.4.- Análisis y prospectiva
- 1.5.- Inteligencia para la acción política
- 1.6.- Grupos de interés y acción colectiva
- 1.7.- Organización y gestión de un gabinete

Comunicación política e institucional

- 2.1.- La opinión pública.
- 2.2.- Discursos y textos políticos
- 2.3.- La comunicación política
- 2.4.- Diseño e implementación de la agenda política
- 2.5.- Gabinete institucional y de prensa
- 2.6.- Medios y estrategia de comunicación institucional
- 2.7.- Marketing y transmisión de la imagen
- 2.8.- Blogs y comunicación política personal
- 2.9.- Comunicación y neopolítica

Marketing y campañas electorales

- 3.1.- Redes sociales y comunicación política
- 3.2.- Las claves del sistema electoral
- 3.3.- El liderazgo político y construcción del candidato
- 3.4.- Dirección y organización de una campaña

- 3.5.- El análisis del electorado
- 3.6.- Los programas electorales
- 3.7.- El mensaje en campaña
- 3.8.- Marketing y publicidad electoral
- 3.9.- Los efectos de las campañas electorales
- 3.10.- Evaluación de una campaña de marketing

PROFESORADO

Bárbara Aucejo Devís

Bluemarionge Business, S.L.

Óscar Barberà Aresté

Departament de Dret Constitucional, Ciència Política i de l'Administració. Universitat de València. Contractat Doctor..

Astrid Barrio Lopez

Contratado/a Doctor/a. Departament de Dret Constitucional, Ciència Política i de l'Administració. Universitat de València

Salvador Giménez

Consultor.

José Luis González Cussac

Catedrático/a de Universidad. Departament de Dret Penal. Universitat de València

Ramón Llopis Goig

Profesor/a Titular de Universidad. Departament de Sociologia i Antropologia Social. Universitat de València

Marc López Plana

Juan Ignacio Marcos Lecuona

Ivan Medina Iborra

Ayudante/a Doctor/a. Departament de Dret Constitucional, Ciència Política i de l'Administració. Universitat de València

María Muñoz de Prat

Asesora. Ministerio de Política Territorial y Función Pública

Pablo Oñate Rubalcaba

Departament de Dret Constitucional, Ciència Política i de l'Administració. Universitat de València. Catedràtic d'Universitat..

Mónica Ortega Roig

Profesor/a Asociado de Universidad. Departament de Dret Constitucional, Ciència Política i de l'Administració. Universitat de València

Cintia Poveda Cervera

Profesor/a Asociado de Universidad. Departament de Dret Constitucional, Ciència Política i de l'Administració. Universitat de València

Juan Rodríguez Teruel

Contratado/a Doctor/a. Departament de Dret Constitucional, Ciència Política i de l'Administració. Universitat de València

Edgar Rovira Sebastián

Aida Vizcaíno Estevan

Profesor/a Asociado de Universidad. Departament de Dret Constitucional, Ciència Política i de l'Administració. Universitat de València

OBJETIVOS

Las salidas profesionales que tiene el curso son:

El programa está orientado a formar profesionales en el campo de la consultoría política, el asesoramiento a cargos públicos o de partido, a expertos de la comunicación y del periodismo políticos, y analistas del ámbito político.

Saber interpretar el funcionamiento del sistema político y sus interacciones.

Analizar las lógicas de funcionamiento de los actores políticos.

Analizar las relaciones de los actores e instituciones políticas con los medios de comunicación.
Adquirir los conocimientos y manejar los instrumentos para analizar e interpretar la participación política de los agentes del proceso de decisión pública.
Adquirir habilidades de comunicación política y de transmisión de discursos.

Saber construir escenarios políticos y electorales.
Saber elaborar una agenda política.
Saber aprovechar las habilidades políticas de un líder.
Gestionar las relaciones con los medios de comunicación.
Identificar y saber explotar las potencialidades de las nuevas tecnologías en la gobernanza.
Programa político.
Comunicar la acción de gobierno.