

DATOS GENERALES

Curso académico	Curso 2017/2018
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 pblicas con tarea de direccin poltica
Modalidad	Presencial
Lugar de impartición	Fundación Universidad-Empresa
Horario	Viernes de 16 a 20 y sbados de 9 a 13 h.
Dirección	
Organizador	Departament de Dret Constitucional, Cincia Poltica i de l'Administraci
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.