



**Pacífico**  
Escuela de Gestión  
Pública

**VIDENZA**  
CONSULTORES

Programa de Especialización en

# Comunicación Política







**Pacífico**  
Escuela de Gestión  
Pública

**VIDENZA**  
CONSULTORES

“

Una  
comunicación  
política eficaz  
permite la  
entrega de  
información  
correcta a las  
audiencias  
adecuadas en  
los momentos  
oportunos”.

**Jeffrey Radzinsky**

Consultor en asuntos públicos y comunicaciones  
y director del Programa de Especialización en  
Comunicación Política





# Diseña y ejecuta mensajes estratégicos



## Planeamiento y ejecución de estrategias de comunicación política

“

La comunicación política permite entender el poder de la información, la persuasión y el diseño de mensajes estratégicos para promover causas, candidaturas y campañas. Hace uso de herramientas analíticas, de pensamiento crítico y de liderazgo para entregar la información correcta a las audiencias adecuadas en los momentos oportunos.

Considerando la importancia de la comunicación política para el fortalecimiento de las prácticas democráticas, con un enfoque que prioriza el ámbito político peruano y respondiendo a la creciente demanda profesional en esta disciplina, surge la sexta edición del Programa de Especialización en Comunicación Política de la Escuela de Gestión Pública de la Universidad del Pacífico en alianza con Videnza Consultores.



## Una propuesta integrada con un espacio de debate y de intercambio permanente

### NUESTRAS FORTALEZAS



**Interactuar en un entorno académico selecto. Networking.** Un espacio donde tome contacto con otros profesionales en cargos decisorios, con quienes reforzará su capacidad de análisis y juicio crítico.



**Conocimientos especializados.** El participante estará en condiciones de brindar asesoría de comunicaciones a candidatos y autoridades políticas, así como a direcciones de comunicación en entidades públicas y privadas.



**Dirigir y conformar equipos de consultoría en comunicación política.** Un programa pedagógico que complementa, de manera transversal, la base conceptual con el desarrollo habilidades vinculadas a la dirección de equipos, liderazgo y negociación.



**Aprender de especialistas con sólida reputación.** Una plana docente de renombre, que combina la experiencia académica con una trayectoria amplia y sólida en comunicación política en las más importantes instituciones públicas y privadas.



**Conocimientos teóricos y herramientas prácticas.** Para el diseño y la ejecución de estrategias de comunicación política, tanto desde la perspectiva de las campañas electorales como desde la comunicación gubernamental e institucional.

Nuestros participantes son profesionales en comunicación estratégica dentro organizaciones públicas y privadas, como asesores políticos, publicistas, consultores de marketing y ejecutivos de relaciones institucionales. El programa también está dirigido a periodistas, investigadores, politólogos, abogados y aspirantes a cargos públicos.

### LA EDAD PROMEDIO DE LOS ALUMNOS DEL PROGRAMA

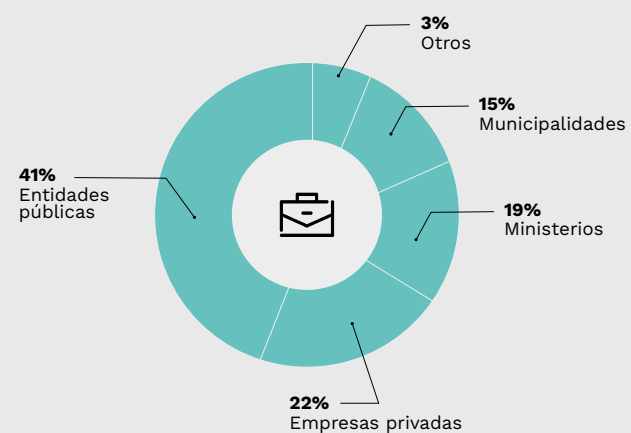
**36** Años

### GÉNERO

**49%** Mujeres

**51%** Hombres

### SECTOR ECONÓMICO DE PROCEDENCIA



### CARGOS DE PROCEDENCIA

Especialistas y coordinadores	29%	Directores y sub directores	6%
Gerentes y sub gerentes	24%	Jefes y supervisores	6%
Asesores y consultores	12%	Otros	11%
Analistas y asistentes	12%		

# Malla curricular\*

## MÓDULO I:

### Teoría Política y Comunicacional

- Conceptos de Ciencia Política y Estructura del Estado Peruano
- Fundamentos de la Comunicación y Nuevos Paradigmas
- Medios de Comunicación y Opinión Pública

## MÓDULO IV:

### Gestión Digital, Audiovisual y Conductas de Audiencias

- Redes Sociales para la Comunicación Política
- Taller: "Contenidos Digitales"
- Psicología Política
- Taller: "Campañas Electorales"

## MÓDULO II:

### Herramientas de Diagnóstico Político-Social

- Análisis Político. Perspectiva Estructural y Coyuntural
- Discurso Político y Narrativa
- Técnicas de Investigación Cuantitativa y Cualitativa

## Conferencias Magistrales

- "El inicio de la campaña electoral. Presidencia y Congreso al 2021"
- "Las encuestas en la recta final de la campaña electoral"

## MÓDULO III:

### Vocería y Dinámica del Poder

- Entrenamiento de Voceros y Debates Políticos
- Comunicación de Gobierno, Comunicación de Oposición y Gestión de Crisis
- Comunicación Institucional y de Políticas Públicas
- Ética de la Comunicación Política

\* El material estará a disposición de los estudiantes en la plataforma virtual Blackboard.

"La Escuela de Gestión Pública de la Universidad del Pacífico se reserva el derecho de reprogramar la malla y las fechas de dictado, incluyendo la frecuencia horaria, de acuerdo con su proceso de mejora académica continua o causa de fuerza mayor, lo que será comunicado oportunamente."



## CERTIFICACIÓN

**Diploma en Comunicación Política por la Escuela de Gestión Pública de la Universidad del Pacífico y Videnza Consultores.**

# Un plan formativo con propósito

La comunicación política requiere de una formación flexible. Teoría y casos deben ser contrastados y enriquecidos por los propios estudiantes.

Es por ello que nuestro programa especializado tiene como objetivo ofrecer conocimientos teóricos y herramientas prácticas para el diseño y la ejecución de estrategias de comunicación política, tanto desde la perspectiva de las campañas electorales como desde la comunicación gubernamental e institucional.

## Módulo I

### Teoría Política y Comunicacional

#### ■ Conceptos de Ciencia Política y Estructura del Estado Peruano

Un repaso de conceptos como Estado, política, poder, democracia y Gobiernos, dirigido a analizar algunas características de la estructura peruana de acuerdo con el sistema de gobierno. La metodología funciona a través de ejemplos de análisis comparado.

#### ■ Fundamentos de la Comunicación y Nuevos Paradigmas

Desarrolla la evolución de las comunicaciones como fenómeno social, así como su situación y perspectiva como disciplina profesional. El curso revisa hitos claves en la comunicación masiva hasta el internet, las redes sociales y el *big data*, para concluir con una visión en perspectiva sobre las comunicaciones en la próxima década.

#### ■ Medios de Comunicación y Opinión Pública

Un análisis de la relación entre la ciudadanía, los medios de comunicación y las distintas audiencias para comprender la dinámica y las fuerzas que intervienen en el proceso de construcción de la agenda pública.

## Módulo II

### Herramientas de Diagnóstico Político-Social

#### ■ Análisis Político. Perspectiva Estructural y Coyuntural

Acercamiento a los conceptos básicos de metodología analítica enfocada al ámbito político, y análisis de los fenómenos de percepción y realidad en el marco de la comunicación política. El curso desarrolla casos que son estudiados desde una óptica estructural como coyuntural, con énfasis en la realidad nacional.

#### ■ Discurso Político y Narrativa

Un espacio de discusión sobre las distintas formas del discurso político, repasando conceptos de enunciación política, argumentación y encuadre de temas. Se analizan casos prácticos y elementos puntuales como: lemas, guiones, titulares, editoriales, textos, comunicados y otras intervenciones discursivas.

#### ■ Técnicas de Investigación Cuantitativa y Cualitativa

El curso se enfocará en las técnicas y metodologías para la investigación de mercado político identificando a públicos objetivos en función a los planes de comunicación para las campañas electorales o institucionales y la gestión gubernamental. Se estudiarán casos cuantitativos de sondeos y encuestas, y casos cualitativos para grupos de enfoque.

## Módulo III

### Vocería y Dinámica del Poder

#### ■ Entrenamiento de Voceros y Debates Políticos

Curso práctico que identifica los componentes esenciales para ejercer con efectividad la vocería con distintas audiencias, enfatizando en los elementos clave del conocimiento y del manejo de los medios de comunicación. El objetivo es crear una mecánica de entrenamiento sobre técnicas para la argumentación en el marco de debates, con réplicas y réplicas, incluyendo la comunicación no verbal.

#### ■ Comunicación de Gobierno, Comunicación de Oposición y Gestión de Crisis

Un análisis de la posición de los gobernantes y opositores en relación a la comunicación en casos de agenda pública, legitimidad, conflicto, negociación y búsqueda de consensos. El curso propone la revisión de casos particulares de situaciones de crisis y el diseño de planes de acción para enfrentarlas.

#### ■ Comunicación Institucional y de las Políticas Públicas

Desarrollo de estrategias de comunicación orientadas a difundir la gestión de instituciones e iniciativas públicas. El curso revisa los retos, particularidades y la relación de los mensajes políticos con las nuevas tecnologías. Además, se estudia el rol de los medios, grupos de poder y factores políticos, geográficos, sociales y administrativos.

#### ■ Ética de la Comunicación Política

Estudio de casos y discusiones dirigidas desde una perspectiva filosófica. Se desarrollan asuntos relacionados con la actividad política, incluyendo la comunicación de candidatos y autoridades, y el ejercicio del poder, para determinar el alcance y la necesidad de las normas éticas que rigen la comunicación política.





## Módulo IV

### Gestión Digital, Audiovisual y Conductas de Audiencias

#### ■ Redes Sociales para la Comunicación Política

Un entrenamiento con herramientas para el diseño y la ejecución de una adecuada estrategia de redes sociales. El objetivo es conocer las acciones tácticas que pueden ejecutarse en plataformas digitales y el trabajo real del *community manager* formarán parte de estas clases teórico-prácticas.

#### ■ Contenidos Digitales

Desarrollo de herramientas de gestión en comunicación digital, a través del estudio de conceptos de *big data* y *smart data*, técnicas de manejo de la información y difusión de mensajes. Análisis y discusión de casos prácticos con dinámicas dirigidas.

#### ■ Psicología Política

Un acercamiento a los procesos cognitivos y mecanismos psicológicos que impulsan los fenómenos políticos y las preferencias sobre determinadas decisiones. Estudio del rol de las emociones y la personalidad en la comunicación política.

#### ■ Campañas Electorales

Aplicación de los conocimientos y las herramientas aprendidas a lo largo del programa para realizar ejercicios de simulación de diseño de estrategias políticas y ejecución de campañas electorales en distintos escenarios. El taller, además, analiza los efectos del marketing político en diferentes actores del proceso electoral, tales como la prensa, los votantes y la sociedad civil organizada.

#### Conferencias Magistrales

- “El inicio de la campaña electoral. Presidencia y Congreso al 2021”
- “Las encuestas en la recta final de la campaña electoral”



## Un cuerpo docente reconocido en la labor pública y privada

Desde su creación, una de las prioridades de la Escuela de Gestión Pública fue conformar un equipo docente de jerarquía. Un profesorado a la altura de los retos mayúsculos que implica la comunicación política en cada uno de sus sectores.

Ese compromiso se refleja en la rigurosa composición de la plana docente: especialistas avalados tanto por sus credenciales académicas como por el liderazgo demostrado en el trabajo dentro de organizaciones gubernamentales y privadas.

Son ellos quienes marcan el desarrollo profesional del estudiante en el programa y garantizan su idoneidad para liderar equipos de consultoría en comunicación política.

### Alex Salas

**Coordinador ejecutivo de desarrollo de Capital Humano en la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP.**

Ha realizado consultoría en gestión pública para más de 30 organizaciones en Perú y Chile. MBA por la Universidad Adolfo Ibáñez, Chile.

### Hernán Chaparro

**Profesor investigador del Centro de Investigación Científica.**

Ha sido Gerente General de Apoyo Comunicación Corporativa S.A. Doctor en Psicología Social en la Universidad Complutense de Madrid, España.

Conferencista

### Augusto Alvarez Rodrich

**Conductor del Programa "Claro y Directo" en República TV.**

Ha sido Director del diario Perú 21. Magister en Administración Pública por la Escuela de Gobierno John F. Kennedy de la Universidad de Harvard, Estados Unidos.

Conferencista

### Alfonso Ramírez - Corzo

**Especialista en Marketing de Contenidos.**

Ha sido Director General de la agencia Coronel Smith. Magister en E-Business por el Instituto de Empresa de Madrid, España.

### Henry Rafael

**Gerente General en World Town & Businesses.**

Es Presidente y Fundador del Instituto de Comunicación Política y Gobierno – ICPG. Ha sido Presidente de la VIII Cumbre Mundial de Comunicación Política. Magister en Asuntos Públicos y Relaciones Internacionales por la Escuela de Políticas Públicas, Relaciones Internacionales y Resolución de Conflictos de la Universidad de Massachusetts, Estados Unidos.

### Cristina Alayza

**Magister en Estética y Teoría de las Artes por la Universidad de Salamanca.**

Ha sido Docente del Departamento de Humanidades de la Universidad del Pacífico y secretaria de redacción de la revista de filosofía Areté. Magister en Filosofía por la Pontificia Universidad Católica del Perú.

## José Alejandro Godoy

**Consultor independiente y profesor de la Universidad del Pacífico.**

Ha sido Columnista en los diarios El Comercio, Exitosa Diario y Diario 16. Magíster en Ciencia Política y Gobierno por la Pontificia Universidad Católica del Perú.

## José Salazar

**CEO de Proel y Socio director de Labcom.**

Ha sido Gerente de Comunicación y Sostenibilidad en Lamsac y asesor en el Ministerio de Educación del Perú. Magíster en Comunicaciones por la Universidad de Missouri, Estados Unidos.

## Jeffrey Radzinsky

**Director Ejecutivo de Grupo Fides Perú.**

Colabora con distintos medios de prensa nacionales e internacionales. Además, se desempeña como consultor en asuntos públicos y comunicaciones. Magíster en Gobernabilidad y Gestión Pública por el Instituto Ortega y Gasset de Madrid, España.

## María Elena Otiniano

**Consultora Independiente en temas de Marketing, Investigación de Mercados y Comportamiento del Consumidor.**

Ha sido Gerente de la Unidad de Investigación de Mercados y el Área de Desarrollo de Clientes del Grupo El Comercio. Magíster en Marketing Online y E-Commerce por la Universidad de Barcelona, España y MBA del PAD por la Universidad de Piura.

## Giovanna Peñaflo

**Presidenta del directorio del Centro de Investigación Social, Política y de Mercado IMASEN.**

Ha sido Presidenta de la Asociación Peruana de Empresas de Investigación de Mercados. Comunicadora social especializada en temas de política internacional, campañas presidenciales, regionales, municipales y parlamentarias. Magíster en Administración de Empresas por INCAE Business School y por la Universidad Adolfo Ibáñez, Chile.

## Martín Riepl

**Presentador en Latina Televisión y colaborador de BBC Mundo.**

Periodista y escritor con 18 años de experiencia en la cobertura de conflictos políticos y crisis sociales en América Latina, Europa y Medio Oriente. Magíster en Política Latinoamericana por University College London, Reino Unido.

## Raúl Castro

**Docente e investigador especializado en Periodismo, Desarrollo de Campañas y Medios para la opinión pública.**

Ha sido Asesor del Despacho Ministerial en la cartera de Cultura. Magíster en Comunicación, Cultura y Sociedad por la Universidad de Londres, Reino Unido.

## Santiago Carpio

**Director General de la Escuela Superior Toulouse Lautrec.**

Ha sido Jefe de la Oficina General de Comunicaciones del Ministerio de Educación. Doctor en Comunicaciones por la Universidad Autónoma de Barcelona, España

## Renzo Mazzei

**Gerente de prensa de TV Perú.**

Ha colaborado por más de 12 años como periodista especializado en temas políticos en Canal N y Latina. Magíster en Ciencia Política y Gobierno por la Pontificia Universidad Católica del Perú.

## Santiago Mariani

**Consultor independiente y docente contratado de ciencia política por la Universidad del Pacífico.**

Ha sido columnista de La República. Magíster en Políticas Públicas por Latin American Centre, St. Antony's College, The University of Oxford, Reino Unido.

"La Escuela de Gestión Pública de la Universidad del Pacífico puede modificar la plana docente por disponibilidad de algún profesor u otros motivos. Sin embargo, garantizamos que esos cambios no afectarán la calidad del programa. Cualquier modificación de este tipo será comunicada a los participantes antes del inicio de clases."



**INFORMACIÓN  
CLAVE**

**INICIO**  
**16 de noviembre de 2020**

**FRECUENCIA**  
Dos veces por semana

**MODALIDAD**  
Remota

**DURACIÓN**  
**4**  
MESES LECTIVOS

**HORAS ACADÉMICAS**  
120

**LUNES Y MIÉRCOLES**  
7:00 p.m. a  
10:00 p.m.

**SESIONES EXTRAORDINARIAS**

**Enero 2021**  
Sábados 16, 23 y 30 de 9:00 a. m. a 12:00 p. m.

**Febrero 2021**  
Sábados 6, 20 y 27 de 9:00 a. m. a 12:00 p. m.  
Martes 23 de 7:00 p. m. a 10:00 p. m.

**Marzo 2021**  
Martes 9 de 7:00 p. m. a 10:00 p. m.  
Sábado 13 de 9:00 a. m. a 12:00 p. m.

**INVERSIÓN**  
S/ 7,500  
**OPCIÓN DE FINANCIAMIENTO DIRECTO**

**REQUISITOS:**  
Grado académico de bachiller o experiencia profesional mayor de dos años en comunicación o gestión social.



**Pacífico**  
Escuela de Gestión  
Pública

**VIDENZA**  
CONSULTORES

*"Una vez efectuado el pago de la matrícula, no se podrá solicitar la devolución por este concepto. El dictado de clases del programa académico se iniciará siempre que se alcance el número mínimo de alumnos matriculados establecido por la Escuela de Gestión Pública de la Universidad del Pacífico."*





**Informes**

Jr. Sánchez Cerro 2141  
Jesús María, Lima  
+ 511 219-0100 / +511 219-0158

**Nuestra asesora**

**Silvia Gómez Sánchez**  
SM.GomezSanchezM@up.edu.pe  
C. 960 099 760



**Pacífico**  
Escuela de Gestión  
Pública



[www.egp.up.edu.pe](http://www.egp.up.edu.pe)