

PROGRAMA DE
ESPECIALIZACIÓN EN

COMUNICACIÓN
POLÍTICA





PERFIL DEL PARTICIPANTE

Dirigido a profesionales que trabajan en áreas de comunicaciones de entidades públicas y privadas, asesores políticos, publicistas, politólogos, consultores de marketing, ejecutivos de relaciones institucionales, periodistas, investigadores, aspirantes a cargos públicos, y todo aquel con particular interés por la comunicación política.



BIENVENIDO AL PROGRAMA DE ESPECIALIZACIÓN EN 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 tercera edición del Programa de Especialización en Comunicación Política de la Escuela de Gestión Pública de la Universidad del Pacífico en alianza con Videnza Consultores.

Bienvenidos,

JEFFREY RADZINSKY
DIRECTOR DEL PROGRAMA

OBJETIVOS

El programa 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.

Se pondrá énfasis en la realidad peruana, así como en el análisis comparado con otros países.

Al finalizar el curso, 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.
- › Construir mensajes enmarcados dentro de estrategias de comunicación política dirigidas a públicos específicos y ámbitos concretos.





PROGRAMA CURRICULAR*

El programa tiene una duración de 125 horas académicas.

Sesiones	Número de horas
Módulo I – Teoría Política y Comunicacional	
Conceptos de Ciencia Política y Estructura del Estado Peruano	6
Fundamentos de la Comunicación y Nuevos Paradigmas	6
Medios de Comunicación y Opinión Pública	6
Módulo II – Herramientas de Diagnóstico Político-Social	
Técnicas de Investigación Cuantitativa y Cualitativa	12
Discurso Político y Narrativa	9
Análisis Político. Perspectiva Estructural y Coyuntural	6
Módulo III – Vocería y Dinámica del Poder	
Entrenamiento de Voceros y Debates Políticos	12
Comunicación de Gobierno, Comunicación de Oposición y Gestión de Crisis	9
Ética de la Comunicación Política	6
Comunicación Institucional y de Políticas Públicas	6
Módulo IV – Gestión Digital, Audiovisual y Conductas de Audiencias	
Redes Sociales para la Comunicación Política	9
Psicología Política	6
Talleres	
Contenidos Digitales	12
Campañas Electorales	12
Conferencias magistrales	
"Perspectivas del Segundo Gobierno del Presidente Martín Vizcarra"	2
"Relación entre la Prensa y el Poder"	2
"Nuevas Tendencias en la Consultoría de Comunicaciones"	2
"Encuestas y Campañas Electorales"	2

[*] Todo el material estará a su disposición en la plataforma virtual Blackboard.

SUMILLAS*

MÓDULO I: TEORÍA POLÍTICA Y COMUNICACIONAL

CONCEPTOS DE CIENCIA POLÍTICA Y ESTRUCTURA DEL ESTADO PERUANO

El curso repasará la definición de conceptos como Estado, política, poder, democracia y Gobiernos, para luego analizar algunas características de la estructura peruana de acuerdo con el sistema de gobierno, con ejemplos de análisis comparado.

FUNDAMENTOS DE LA COMUNICACIÓN Y NUEVOS PARADIGMAS

El curso desarrollará la evolución de las comunicaciones como fenómeno social, así como su situación y perspectiva como disciplina profesional. Se revisarán 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

El curso analizará la relación entre la ciudadanía, los medios de comunicación y las distintas audiencias para comprender la dinámica y las fuerzas que intervienen en este proceso de construcción de la agenda pública.

MÓDULO II: HERRAMIENTAS DE DIAGNÓSTICO POLÍTICO-SOCIAL

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.

DISCURSO POLÍTICO Y NARRATIVA

En el marco de una agenda de debate público, se estudiarán y discutirán las distintas formas del discurso político repasando conceptos de enunciación política, argumentación y encuadre de temas. Se analizarán casos prácticos considerando lemas, guiones, titulares, editoriales, textos, comunicados y otras intervenciones discursivas.

ANÁLISIS POLÍTICO. PERSPECTIVA ESTRUCTURAL Y COYUNTURAL

El curso tiene por finalidad transmitir conceptos básicos de metodología analítica enfocada al ámbito político, y analizar los fenómenos de percepción y realidad en el marco de la comunicación política. Se desarrollarán casos a modo de ejemplo tanto desde una óptica estructural como coyuntural, con énfasis en la realidad nacional.

MÓDULO III: VOCERÍA Y DINÁMICA DEL PODER

ENTRENAMIENTO DE VOCEROS Y DEBATES POLÍTICOS

Se identificarán los componentes esenciales para ejercer con efectividad la vocería con distintas audiencias considerando los elementos clave del conocimiento y del manejo de los medios de comunicación. Asimismo, se presentarán técnicas para la argumentación en el marco de debates, con réplicas y dúplicas, incluyendo la comunicación no verbal.

COMUNICACIÓN DE GOBIERNO, COMUNICACIÓN DE OPOSICIÓN Y GESTIÓN DE CRISIS

A partir de conceptos de agenda pública, legitimidad, conflicto, negociación y consensos se analizará la posición de gobernantes y opositores con relación a la comunicación. Se revisarán casos particulares de situaciones de crisis y los planes de acción para enfrentarlas.

ÉTICA DE LA COMUNICACIÓN POLÍTICA

Apelando a ejemplos y discusiones dirigidas, y enfocado desde una perspectiva filosófica, el módulo desarrollará asuntos relacionados con la actividad política, incluyendo la comunicación de candidatos y autoridades, y el ejercicio del poder. Asimismo, se reflexionará sobre las normas éticas que rigen la comunicación política.

[*] Los títulos de las conferencias podrían variar por motivos de fuerza mayor.

MÓDULO IV: GESTIÓN DIGITAL, AUDIOVISUAL Y CONDUCTAS DE AUDIENCIAS

COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL Y DE LAS POLÍTICAS PÚBLICAS

El curso desarrollará estrategias de comunicación orientadas a difundir la gestión de instituciones e iniciativas públicas. Revisa sus retos, particularidades y su relación con las nuevas tecnologías. El rol de los medios, grupos de poder y factores políticos, geográficos, sociales y administrativos serán desarrollados y descritos utilizando ejemplos locales e internacionales.

TALLERES

CONTENIDOS DIGITALES

Tomando como base los fundamentos de la comunicación digital, se desarrollarán herramientas de gestión repasando conceptos de *big data* y *smart data*, técnicas de manejo de la información y difusión de mensajes. Se analizarán y discutirán casos prácticos, a través de ejercicios y dinámicas dirigidas.

REDES SOCIALES PARA LA COMUNICACIÓN POLÍTICA

El curso brindará las herramientas para el diseño y la ejecución de una adecuada estrategia de redes sociales. Acciones tácticas con herramientas digitales y el trabajo del *community manager* formarán parte de estas clases teórico-prácticas. A partir de conceptos generales se llegará a la materia específica del caso político.

CAMPAÑAS ELECTORALES

Los conocimientos y las herramientas aprendidas a lo largo del programa servirán para realizar ejercicios de simulación en los que grupalmente se diseñarán estrategias políticas y ejecutarán campañas para elecciones en distintos escenarios. Además, se elaborará sobre los efectos del marketing político en diferentes actores del proceso electoral, tales como la prensa, los votantes y la sociedad civil organizada. Finalmente, se harán dinámicas para evaluar el trabajo ejecutado y llegar a conclusiones.

PSICOLOGÍA POLÍTICA

El curso se enfocará en la comprensión de procesos cognitivos y de mecanismos psicológicos que impulsan los fenómenos políticos y las preferencias sobre determinadas decisiones. Asimismo, se revisará el rol de las emociones y la personalidad en la comunicación política.

CONFERENCIAS MAGISTRALES

- › "Perspectivas del Segundo Gobierno del Presidente Martín Vizcarra"
- › "Relación entre la Prensa y el Poder"
- › "Nuevas Tendencias en la Consultoría de Comunicaciones"
- › "Encuestas y Campañas Electorales"

PLANA DOCENTE

SANTIAGO CARPIO

Doctor en Comunicaciones por la Universidad Autónoma de Barcelona. Estudios de maestría en Estrategias de la Comunicación en la Universidad de Lima. Especialista en habilidades socioemocionales, estrategias de comunicación y producción audiovisual. Es jefe de la Oficina General de Comunicaciones del Ministerio de Educación.

RAÚL CASTRO

Máster en Comunicación, Cultura y Sociedad por la Universidad de Londres. Antropólogo por la Pontificia Universidad Católica del Perú. Ha sido asesor del Despacho Ministerial en la cartera de Cultura coordinando con la Comisión Multisectorial para la Conmemoración del Bicentenario.

CARLOS CORNEJO

Comunicador social con especialidad en Periodismo por la Universidad de Lima. Es director de la agencia de noticias y comunicación La Factoría. Experiencia en la conducción de programas periodísticos en Radio San Borja y Canal N, y ha sido corresponsal en el Perú de Radio Nederland de Holanda.

JOSÉ ALEJANDRO GODOY

Máster en Ciencia Política y Gobierno por la Pontificia Universidad Católica del Perú. Diplomado en Periodismo Político y Análisis Cultural por la Universidad Antonio Ruiz de Montoya, Bachiller en Derecho por la Pontificia Universidad Católica del Perú. Es consultor independiente y profesor de la Universidad del Pacífico.

DANIEL OLIVARES

Posgrado en Periodismo Político y Análisis Cultural por la Universidad Antonio Ruiz de Montoya. Becario del programa de competitividad de la Universidad de Georgetown. Bachiller en Derecho por la Universidad de Lima. Ha sido secretario general de comunicaciones de la Presidencia del Consejo de Ministros.

MARÍA ELENA OTINIANO

Máster en Marketing Online y E-Commerce por la Universidad de Barcelona. MBA del PAD por la Universidad de Piura. Actualmente dirige la Unidad de Investigación de Mercados y el Área de Desarrollo de Clientes del Grupo El Comercio. Es profesor de la Escuela de Postgrado de la Universidad del Pacífico.

JEFFREY RADZINSKY

Máster en Gobernabilidad y Gestión Pública por el Instituto Ortega y Gasset de Madrid, donde también cursó el Diplomado en Comunicación Política. Abogado por la Universidad de Lima. Es consultor en asuntos públicos y comunicaciones y director fundador del Grupo Fides Perú. Ha sido columnista en el diario *Perú 21*.

ALFONSO RAMÍREZ-CORZO

Máster en E-Business por el Instituto de Empresa de Madrid. Bachiller en Ciencias Administrativas por la Universidad de Lima. Especialista en Marketing Online y Google Adwords Professional con experiencia en e-commerce. Ha sido director de Search Marketing y Social Media en Neo@Ogilvy.

JOSÉ SALAZAR

Máster en Comunicaciones por la Universidad de Missouri. Diplomado en Responsabilidad Social por la Pontificia Universidad Católica del Perú. Ha cursado el Programa de Reputación Corporativa del Reputation Institute y el IE Business School y el Programa de Especialización Económica y Financiera de ESAN.

DANILO TAPIA

Licenciado y máster en Filosofía por la Pontificia Universidad Católica del Perú. Ha laborado en el Ministerio de Educación. Docente universitario, especialista en ética para la gestión, filosofía política, filosofía moderna y filosofía contemporánea.

FERNANDO VIVAS

Licenciado en sociología por la Pontificia Universidad Católica del Perú. Actualmente labora como periodista y columnista del diario El Comercio. Trabajó en la revista Caretas. Es autor de la obra: En vivo y en directo. Una historia de la televisión en el Perú.

RENATO ZEBALLOS

MBA por la Loyola University. Especialización en Negociación e Influencia por la Universidad de Georgetown. Administrador de empresas por la Universidad Católica de Santa María de Arequipa. Ha sido asesor de campañas presidenciales y congresales. Es director de Grupo Fides Perú.

CONFERENCISTAS*

AUGUSTO ÁLVAREZ RODRICH

Máster en Administración Pública por la Escuela de Gobierno John F. Kennedy de la Universidad de Harvard. Bachiller en Economía por la Universidad del Pacífico. Ha sido director periodístico de Latina y director del diario Perú 21, y director y conductor en diversos medios televisivos y radiales.

ALFREDO M. TORRES GUZMÁN

Licenciado en Administración de Empresas por la Universidad del Pacífico y máster en Estudios Latinoamericanos con especialización en Ciencias Políticas por Stanford University. Ha sido profesor de la Universidad del Pacífico y autor de los libros *Perfil del Elector* y *Opinión Pública 1921-2021*. Actualmente se desempeña como presidente ejecutivo de Ipsos Perú (antes Ipsos APOYO), miembro del directorio de IPAE, APOYO Consultoría y BANBIF, y editorialista del diario *El Comercio*.

MARIBEL TOLEDO-OCAMPO

Licenciada en Ciencias de la Comunicación por la Universidad de Lima. Experiencia de quince años en el periodismo de investigación. Ha sido reportera en reconocidos medios como Canal N, América TV, ATV. Es fundadora de la consultora TOC Asociados.

RAFAEL PEDRAZA

Comunicador Social por la Universidad Católica Andrés Bello. Ha sido director de asuntos corporativos para la región de los Andes de Diageo y gerente de desarrollo corporativo de Empresas I-BC. También fue director gerente en Burson-Marsteller. Es vicepresidente de Newlink para Miami y América Latina.

[*] Educación Ejecutiva de la Universidad del Pacífico se reserva el derecho de modificar la plana docente, por motivos de fuerza mayor o por disponibilidad del profesor, garantizando que la calidad del programa no se vea afectada. Toda modificación será comunicada anticipadamente a los participantes. Está por confirmarse el último conferencista.

CERTIFICACIÓN

Habiendo cumplido con las exigencias académicas y de asistencia, los participantes que completen el programa recibirán el Certificado del Programa de Especialización en Comunicación Política emitido por la Escuela de Gestión Pública de la Universidad del Pacífico y por Videnza Consultores.

INICIO	25 de marzo
FRECUENCIA	Lunes y miércoles de 7:00 p.m. a 10:00 p.m.
SESIONES EXTRAORDINARIAS	Jueves 4 de abril, de 7:00 p. m. a 10:00 p. m. Jueves 30 de mayo, de 7:00 p. m. a 10:00 p. m. Jueves 4 de julio, de 7:00 p. m. a 10:00 p. m.
REQUISITOS	<ul style="list-style-type: none"> • Grado de bachiller o, • Probada experiencia en materia de comunicaciones o gestión social.
INVERSIÓN	S/. 7,500 Consulte por el financiamiento directo.

PARTICIPACIÓN CORPORATIVA	DESCUENTO
De 2 a 3 participantes	10%
De 4 a 6 participantes	15%
Más de 7 participantes	20%
Comunidad UP	20%

* 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 Educación Ejecutiva.

Consulte por el financiamiento directo.

INFORMES

Jr. Sánchez Cerro 2141, Jesús María - Lima
T: 219.0101 - 219.0158
programas@up.edu.pe
www.egp.up.edu.pe

SÍGUENOS EN:

