UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA

COORDINACIÓN DE FORMACIÓN BÁSICA
COORDINACIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL Y VINCULACIÓN UNIVERSITARIA
PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

1. Unidad Académica: Facultad de Economía y Relaciones Internacionales y Facultad de Ciencias Sociales y Políticas.

2. Programa Educativo: Licenciatura en Administración Pública y Ciencias Políticas

3. Plan de Estudios: 2018-1

4. Nombre de la Unidad de Aprendizaje: Taller de Organización de Campañas Políticas.

5. Clave: 30283

6. HC: 02 **HL:** 00 **HT:** 02 **HPC:** 00 **HCL:** 00 **HE:** 02 **CR:** 06

7. Etapa de Formación a la que Pertenece: Terminal

8. Carácter de la Unidad de Aprendizaje: Optativa

9. Requisitos para Cursar la Unidad de Aprendizaje: Ninguno

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA
FACULTAD DE ECONOMIA Y RELACIONES INTERNACIONALES

UNIVERSIDAD AU... DE BAJA CALIF...
FAC. DE CIENC... SOCIALE... Y POLITIC...

Equipo de diseño de PUA	Firma	Vo.Bo. de subdirector(es) de Unidad(es) Académica(s)	Firma
Cuauhtémoc López Guzmán		José Gabriel Aguilar Barceló	
David Rocha Romero		Julio César López Gaeta	
Alberto Zavala Ponce			

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA
REGISTRADO
08 ENE 2018
REGISTRADO
COORDINACIÓN GENERAL DE FORMACIÓN BÁSICA

Fecha: 07 de junio de 2017

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

En esta unidad de aprendizaje el alumno va adquirir conocimientos y herramientas necesarias, para diseñar, organizar y ejecutar un plan de campana política de los partidos políticos y grupos de la sociedad civil que lo demanden, donde aplique los aspectos técnicos y metodológicos desarrollados en el taller. Así mismo va a desarrollar habilidades que le permitan analizar el contexto electoral.
Esta unidad de aprendizaje es de carácter optativa y se imparte en la etapa terminal y corresponde al área de ciencia política complementando su formación profesional.

III. COMPETENCIA DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Diseñar, un plan de campana política de los partidos y grupos de la sociedad civil que lo demanden. A través de la normatividad jurídica electoral actual, para desarrollar estrategias que le permitan elaborar modelos que promuevan el voto y posicionen la imagen del candidato y su partido, con actitud creativa, disposición al trabajo en equipo y de manera responsable.

IV. EVIDENCIA(S) DE DESEMPEÑO

Presentar y exponer el modelo de campaña política elaborado, haciendo énfasis en la metodología aplicada, utilizando los apoyos didácticos necesarios, para lograr una mejor comprensión.

V. DESARROLLO POR UNIDADES

UNIDAD I. Investigación Demográfica-Electoral y Estrategia de Campaña.

Competencia:
Identificar el perfil del votante y las preferencias políticas de los ciudadanos en los procesos electorales, a través de la aplicación de técnicas y metodologías de rastreo de datos demográficos, para proponer estrategias y planes de campaña, con actitud objetiva, respeto y de manera responsable.

Contenido: **Duración:** 6 horas

1.1. Investigación del mercado político.
1.2. Datos demográficos de los votantes.
1.3. Votación histórica y universo electoral.
1.4. Determinación de estrategias.
1.5. Fijación de los planes de acción.

UNIDAD II. Estrategias de Comunicación y Posicionamiento del Candidato.

Competencia:
.Identificar una estrategia de posicionamiento del candidato entre la ciudadanía, por medio de la aplicación de encuestas de opinión, para promover y persuadir al electorado a votar a favor del candidato y su partido, con actitud objetiva y de manera responsable.

Contenido: **Duración:** 6 horas

2.1. El candidato y la oposición.
2.2. Relaciones con los medios de comunicación
2.3. Persuasión y solicitud del voto.
2.4. La promoción del voto.
2.5. La agenda del candidato.

UNIDAD III. Etapas de Campaña y Modelo de Organización

Competencia:
Identificar los elementos requeridos en la realización de una campaña política, a partir del análisis de los tipos y modelos de organización, para proponer la campaña que garantice el triunfo electoral, con actitud reflexiva, respeto y de manera responsable.

Contenido: **Duración:** 6 horas

3.1. Tipos de campañas electorales.
3.2. Campaña positiva.
3.3. Campaña negativa.
3.4 Campaña mixta o indirecta.
3.5. Financiamiento de la campaña.
3.6. Estructuración del cuartel: la organización de la campaña

UNIDAD IV. El Candidato, el Partido y el Mercado Electoral

Competencia:
Identificar una estrategia de marketing político que fortalezca la imagen del candidato y el partido, a través de la elaboración de un programa integral de cooptación de votantes leales y ciudadanos indecisos, para y mejorar la imagen que contribuya a obtener un mayor respaldo ciudadano, con actitud creativa, objetiva y de respeto.

Contenido: **Duración:** 6 horas

4.1. El programa de marketing político
4.2. Ejes de la imagen del candidato
4.3 Ejes de la imagen del partido
4.4. Preparación del candidato y focalización de públicos adherentes
4.5. Comunicación, propaganda y cobertura

UNIDAD V. La Jornada Electoral

Competencia:
Identificar agentes y unidades de acción de la campaña durante la jornada electoral a través del plan de acción definido para defender el voto a la legalidad y el orden institucional, con actitud, reflexiva, respeto y de manera responsable

Contenido:

Duración: 8 horas

5.1. La defensa del voto
5.2. Sanciones a candidatos y partidos por violaciones a la veda electoral
5.3. Análisis del resultado de la elección
5.4. La celebración de la victoria

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER				
No. de Práctica	**Competencia**	**Descripción**	**Material de Apoyo**	**Duración**
1	Explicar el perfil del votante y las preferencias políticas de los ciudadanos en los procesos electorales, a partir de la investigación preliminar para proponer estrategias y planes de campaña, con actitud objetiva, respeto y de manera responsable.	Revisar en equipos la información oficial respecto al perfil del votante y sus preferencias políticas, concluyendo con una síntesis y discutirla en el grupo.	Libros Revistas especializadas Equipo de computo Videos Diapositivas	6 horas
2	Explicar una estrategia de posicionamiento del candidato entre la ciudadanía, con sustento en las encuestas de opinión aplicadas para promover y persuadir al electorado a votar a favor del candidato y su partido, con actitud objetiva y de manera responsable.	Integrar equipos para revisar, explicar y discutir en el grupo los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas y formular una síntesis por equipo.	Documentos fuente (Encuestas) Libros Revistas especializadas Equipo de cómputo Videos Diapositivas	10horas
3	Identificar los elementos requeridos en la realización de una campaña política, a partir del análisis de los tipos y modelos de organización, para proponer la campaña que garantice el triunfo electoral, con actitud reflexiva, respeto y de manera responsable.	Integrar equipos para explicar y discutir en el grupo los resultados obtenidos en el análisis efectuado y formular una síntesis.	Libros Revistas especializadas Equipo de cómputo Videos Diapositivas	8horas
4	Explicar los distintos agentes y unidades de acción de la campaña durante la jornada electoral a través del plan de acción definido para defender el voto con respeto a la legalidad y el orden institucional, con actitud organizada y de respeto.	Se integran en equipos para discutir las acciones propuestas en el plan para defensa del voto, elaboran una síntesis y se exponen al grupo.	Libros Revistas especializadas Equipo de cómputo Videos Diapositivas	8horas

Colocar el número de prácticas necesarias

VII. MÉTODO DE TRABAJO

Encuadre: El primer día de clase el docente establecerá las reglas de trabajo (encuadre), criterios de evaluación, calidad de los trabajos académicos, derechos y obligaciones docente-alumno.

Estrategia de enseñanza (docente)
Exposición de temas, recomendación de lecturas para generar debates, lluvia de ideas, aplicación y revisión de exámenes, proyección de videos.
Estrategia de aprendizaje (alumno)
Investigación documental y de campo, estudio de caso, trabajo en equipo, exposiciones individuales y de grupo, ensayo.

VIII. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

La evaluación será llevada a cabo de forma permanente durante el desarrollo de la unidad de aprendizaje de la siguiente manera:

Criterios de acreditación

- 80% de asistencia para tener derecho a examen ordinario y 40% de asistencia para tener derecho a examen extraordinario de acuerdo al Estatuto Escolar artículos 70 y 71.
- Calificación en escala del 0 al 100, con un mínimo aprobatorio de 60.

Criterios de evaluación

2 exámenes escritos..... 40%

Reportes de lectura.....5%

Participación en clase..... ... 5%

Exposición en equipo.....10%

Modelo de campaña..... 40%

Total..... 100%

IX. REFERENCIAS

Básicas	Complementarias
Barranco Francisco Javier. (1997). Técnicas de marketing político. México: REI. [Clásica]. Fernández Collado Carlos y Roberto Hernández Sampieri. (2000). Marketing Electoral e Imagen de Gobierno en funciones. México: Mc Graw Hill. Flores Rico Carlos. (1999). Lecciones fáciles para elecciones difíciles: introducción a la planeación estratégica de campañas. México: Nuevo Siglo. [Clásica]. Hurtado González Javier. (2006). Propaganda y campañas en las elecciones mexicanas: un estudio comparado. México: Educación y cultura por la democracia. Maarek, Philippe. (2011). Campeign communication and political marketing. United States: Wiley-Blackwel. Martínez Silva Mario y Roberto Salcedo Aquino. (1999) Manual de Campaña. México: Instituto Nacional de Estudios Políticos. [Clásica].	Chao Ebergenyi Felipe. (1998). La nueva lucha por el poder: el papel de los medios de comunicación en la crucial contienda política. México: EDAMEX. [Clásica]. **Recursos Electrónicos** http://www.costabonino.com/manualmp.pdf http://www.rrppnet.com.ar/campaniapolitica.htm http://www.ine.mx/portal/PartidosPoliticos/Partidos Candidatos y Sus Campañas/

X. PERFIL DEL DOCENTE

El profesor debe poseer Licenciatura en Administración Pública y Ciencias Políticas, Licenciatura en Gobierno y Ciencia Política, y/o área afín, de preferencia con Maestría y/o Doctorado en Administración Pública. Experiencia laboral y docente de 1 años. Que sea proactivo, responsable y respetuoso.