

HORAS DE CLASE				DOCENTE RESPONSABLE
TEÓRICAS		PRÁCTICAS		Patricia Del Cero
p/semana	p/cuatrim.	p/semana	p/cuatrim.	DOCENTE COLABORADOR
2	16	2	16	

DESCRIPCIÓN: Comunicación y marketing político**OBJETIVOS DE LA MATERIA**

La comunicación política es esencial para la democracia y en la toma de decisiones informadas. La actual relevancia social y mediática de los procesos políticos y electorales, así como las decisiones y actividades de los partidos políticos e instituciones, hacen necesario que los futuros profesionales de la Licenciatura en Política Local y Gestión Pública reciban formación específica en ese trayecto.

Comunicación y marketing político se centra en el conocimiento de los elementos fundamentales del discurso político e institucional, de sus estrategias y técnicas persuasivas. El estudiante podrá interiorizarse de una manera práctica de diversos mecanismos, técnicas y estrategias de marketing con las que los partidos e instituciones públicas y privadas diseñan y comunican su imagen, mensajes y campañas en períodos electorales y “campañas permanentes”. La asignatura pretende conjugar el fenómeno de la comunicación y el marketing en la política, es decir aquella que proviene del plano eminentemente comunicativo con aquella procedente del marketing.

PROGRAMA SINTÉTICO:**UNIDAD TEMÁTICA I: LOS MEDIA Y LA MODERNIDAD****UNIDAD TEMÁTICA II: EL MARKETING Y LA POLÍTICA****PROGRAMA ANALÍTICO:****UNIDAD TEMÁTICA I: LOS MEDIA Y LA MODERNIDAD**

El contexto social y la comunicación. El poder y las formas de poder.

Los usos de los medios de comunicación

Soportes técnicos. Reproductibilidad. Espacio y tiempo de los medios técnicos.

La comunicación de masas.

UNIDAD TEMÁTICA II: El marketing y la Política

El estudio del mercado electoral

La actitud política. Los electores y el electorado. Estrategias electorales. El comportamiento electoral.

Modelos

La comunicación política y la semiología. Discurso. Contexto. Sujetos de la acción. Perspectiva. Narración. Ideología. Valores. Técnicas de presentación. Comportamiento y comunicación no verbal. Técnicas de grabación y edición. Medios de difusión. Televisión. Otros medios.

BIBLIOGRAFÍA:

Bonino, L. C. (1994). *Manual de marketing político*. Fin de Siglo.

Bourdieu, P. (1999). *La miseria del mundo* (Vol. 1). Ediciones Akal.

Castoriadis, C. (1983). *La institución y lo imaginario; primera aproximación*. En *Marxismo y teoría revolucionaria* (pp. 197). Tusquets.

Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual (10 de octubre de 2009). *Boletín Oficial de la República Argentina*, 31.756. <https://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/155000-159999/158649/norma.htm>

Dauré, L. (2024). Culpable de periodismo. Los medios contra Julián Assange. *Le Monde diplomatique*, 302. <https://www.eldiplo.org/302/los-medios-contrajulian-assange>

Echeverría, M. de la P. y Martín, M. V. (2008) *Apuntes epistemológicos en torno al estudio de la comunicación* [Ponnencia]. I Encuentro Latinoamericano de Metodología de las Ciencias Sociales, La Plata, Argentina.

Foucault, M. (1983). *Vigilar y castigar: nacimiento de la prisión*. Siglo XXI.

Graziano, M. (1980). Para una definición alternativa de la comunicación. *Revista ININCO*, Universidad Central de Venezuela.

Henríquez, R. Y. (2010). La construcción social de la realidad: La posición de Peter L. Berger y Thomas Luckmann. *Ars Boni et Aequi*, 6(2), 289-304.

Marcos, L. R. (2019). *Somos lo que hablamos: El poder terapéutico de hablar y hablarnos*. Grijalbo.

Richard, E. (2008). Álvaro Uribe: La comunicación por la imagen: Principios de marketing político. *Revista Opera*, (8), 73-100.

Thompson, J. B. y Delgado, J. C. (1998). *Los media y la modernidad*. Paidós.

Vizer, E. A. y Martín-Barbero, J. (2003). *La trama (in) visible de la vida social: Comunicación, sentido y realidad*. La Crujía Ediciones.

El presente Programa se ha elaborado bajo responsabilidad de las/los docentes cuyas firmas se exponen a continuación. Las autoridades de cada Facultad, y de la Secretaría General Académica o Dirección de Coordinación Educativa de esta Universidad suscriben prestando conformidad.



GOBIERNO DE LA PROVINCIA DE BUENOS AIRES
2024 - Año del 75° Aniversario de la gratuidad universitaria en la República Argentina

Hoja Adicional de Firmas
Anexo de Firma Conjunta

Número:

Referencia: Programa Comunicación y Marketing político

El documento fue importado por el sistema GEDO con un total de 3 pagina/s.

Digitally signed by GDE BUENOS AIRES
DN: cn=GDE BUENOS AIRES, c=AR, o=MINISTERIO DE GOBIERNO BS.AS.,
ou=SUBSECRETARIA DE GOBIERNO DIGITAL, serialNumber=CUIT 30715124234
Date: 2024.08.22 09:38:41 -03'00'

Digitally signed by GDE BUENOS AIRES
DN: cn=GDE BUENOS AIRES, c=AR, o=MINISTERIO DE GOBIERNO BS.AS.,
ou=SUBSECRETARIA DE GOBIERNO DIGITAL, serialNumber=CUIT 30715124234
Date: 2024.08.22 11:39:22 -03'00'

Digitally signed by GDE BUENOS AIRES
DN: cn=GDE BUENOS AIRES, c=AR, o=MINISTERIO DE GOBIERNO BS.AS.,
ou=SUBSECRETARIA DE GOBIERNO DIGITAL, serialNumber=CUIT 30715124234
Date: 2024.08.22 15:59:14 -03'00'

Digitally signed by GDE BUENOS AIRES
DN: cn=GDE BUENOS AIRES, c=AR, o=MINISTERIO DE GOBIERNO BS.AS.,
ou=SUBSECRETARIA DE GOBIERNO DIGITAL, serialNumber=CUIT 30715124234
Date: 2024.08.23 09:35:31 -03'00'

Digitally signed by GDE BUENOS AIRES
DN: cn=GDE BUENOS AIRES, c=AR, o=MINISTERIO DE GOBIERNO BS.AS.,
ou=SUBSECRETARIA DE GOBIERNO DIGITAL, serialNumber=CUIT 30715124234
Date: 2024.08.23 10:52:15 -03'00'

Digitally signed by GDE BUENOS AIRES
DN: cn=GDE BUENOS AIRES, c=AR, o=MINISTERIO DE
GOBIERNO BS.AS., ou=SUBSECRETARIA DE
GOBIERNO DIGITAL, serialNumber=CUIT 30715124234
Date: 2024.08.23 10:52:15 -03'00'



GOBIERNO DE LA PROVINCIA DE BUENOS AIRES
2024 - Año del 75° Aniversario de la gratuidad universitaria en la República Argentina

Resolución firma conjunta

Número:

Referencia: Programa "Comunicación y Marketing Político"

VISTO el EX-2024-32462806-GDEBA-FDLYRUNVPSO por el que la Decana de la Facultad de Desarrollo Local y Regional eleva la propuesta del docente responsable respecto a la modificación del programa de la materia "COMUNICACIÓN Y MARKETING POLÍTICO" (Cód.335), y;

CONSIDERANDO:

Que el programa de la asignatura mencionado en el Visto fue realizado de acuerdo a los contenidos mínimos del plan de estudio;

Que la docente responsable de la modificación del mismo, Del Cero, Patricia, realizó la actualización del programa de la materia conforme a lo exigido por la normativa vigente;

Que no existen objeciones que realizar sobre la modificación de los contenidos del Programa propuesto;

Que el presente Asunto ha sido tratado y aprobado en la sesión ordinaria de Consejo Directivo del día 11 de septiembre de 2024;

Que por las atribuciones conferidas por el artículo 70º del Estatuto de la UPSO le corresponde a este Consejo Directivo dictar el correspondiente Acto Administrativo;

Por ello,

**EL CONSEJO DIRECTIVO DE LA FACULTAD
DE DESARROLLO LOCAL Y REGIONAL**

RESUELVE:

ARTICULO 1º Aprobar la modificación del programa de la materia "Comunicación y Marketing Político" (Cód.335) según el Anexo (IF-2024-29610202-GDEBA-FDLYRUNVPSO) que forma parte integrante de la presente.

ARTICULO 2º Registrar. Comunicar al Vicerrectorado del Área Académica. Cumplido, archivar.

Digitally signed by GAY Maria Paula
Date: 2024.09.13 12:07:15 ART
Location: Provincia de Buenos Aires

Digitally signed by BAIER Andrea Soledad
Date: 2024.09.13 13:45:04 ART
Location: Provincia de Buenos Aires

Digitally signed by GDE BUENOS AIRES
DN: cn=GDE BUENOS AIRES, c=AR, o=MINISTERIO DE
GOBIERNO BS.AS., ou=SUBSECRETARIA DE
GOBIERNO DIGITAL, serialNumber=CUIT 30715124234
Date: 2024.09.13 13:45:11 -03'00'