



## Comisión de Puntos Constitucionales

UNAM, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales  
División de Educación Continua y Vinculación

# DIPLOMADO "ANÁLISIS POLÍTICO Y CAMPAÑAS ELECTORALES"

Dirigido a Legisladores, asesores parlamentarios y políticos, estudiantes e investigadores (de Ciencia Política, Administración Pública, Derecho, Sociología, Economía, Relaciones Internacionales, Antropología), funcionarios públicos de los tres niveles, académicos y personas relacionadas con la investigación, el servicio público, la organización, liderazgo político y partidista, la participación ciudadana y en general, el comportamiento cultural, tendencias y estudios en materia política, en cualquiera de sus ámbitos, que deseen ampliar sus conocimientos y desarrollar sus habilidades en la gestión del cambio político.

Sede: Palacio Legislativo de San Lázaro

Fechas: del 1 de agosto al 9 de diciembre de 2016. Sesiones lunes, miércoles y viernes de 8:00 a 10:00 hrs.

**Informes e inscripciones del 1 de junio al 22 de julio de 2016, de 10:00 a 15:00 hrs., en los teléfonos 50360000 ext. 58127, 0445529212480 y 0445514226478, en el e-m@il: [diplomado.camara@gmail.com](mailto:diplomado.camara@gmail.com), en <http://diplomadocamara.com> así como en la Comisión, ubicada en el tercer piso del edificio "D", del Palacio legislativo de San Lázaro.**

Cupo limitado.

Se otorgará constancia con valor curricular

## **OBJETIVO GENERAL:**

Proveer los conceptos fundamentales, elementos de análisis, interpretación, prognosis, estrategia y formación de habilidades teóricas y prácticas para la formulación de escenarios de comportamiento político, estrategias de cambio y para diseñar, planear, dirigir y evaluar estrategias electorales efectivas, en escenarios de alta competitividad y con patrones de conflictividad política y jurisdiccional.

## **METODOLOGÍA**

Se desarrollarán 6 módulos, con sesiones de trabajo los días lunes, miércoles y viernes de 8 a 10 de la mañana, en el Palacio Legislativo de San Lázaro.

Los ponentes que participarán en el Diplomado serán investigadores, profesores de educación superior, funcionarios públicos y responsables de organismos no gubernamentales, con la idea de generar una discusión multidisciplinaria sobre los temas antes descritos.

**EVALUACIÓN:** 80% de asistencia como mínimo y las evaluaciones aplicadas en cada módulo.

<b>Módulos y temario</b>	<b>FECHAS</b>
<b>CEREMONIA INAUGURAL</b>	<b>1 de agosto</b>
<b>MÓDULO I. Constitucionalismo y sistema político</b> La constitución a 100 años Los derechos políticos Los derechos individuales Los derechos económicos Los derechos sociales	<b>3, 5, 8, 10, 12, 15, 17,19 de agosto</b>

<p>El sistema republicano democrático El régimen presidencial contemporáneo Prospectiva política</p>	
<p><b>MÓDULO II. Reforma del Estado, cambio político y sistema de partidos</b> Ciencias sociales y ciencia política Conceptos fundamentales del Estado y del sistema político Cambio político mundial Transiciones democráticas en América, Europa, Asia y África. La democracia en América latina Crisis político y cambio El Gobierno de coalición La reelección en cargos de elección popular Análisis de perspectiva en candidaturas ciudadanas, segunda vuelta, reelección y comportamiento partidista  Características de las campañas y el voto en los sistemas de mayoría y en los de representación popular El Instituto Nacional de Elecciones: funciones y reglas La reforma política y electoral en México La nueva Ley General de instituciones y Procedimientos Electorales La Ley General de Partidos Políticos</p>	<p><b>22, 24, 26, 29, 31 de agosto, 2, 5, 7, 9 de septiembre</b></p>
<p><b>MÓDULO III. Campañas: Etapa preelectoral. Organización electoral, el equipo de campaña, estrategias de promoción del voto, diseño del financiamiento.</b> Análisis para la estrategia:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tipos de electorados</li> </ul>	<p><b>12, 14, 19, 21, 23, 26, 28, 30 de septiembre, 3 de octubre.</b></p>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• El conteo de los votos</li> <li>• Procedimientos de votación</li> </ul> <p>Elementos de planeación electoral:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Las reformas electorales en México, 1996-2007 y sus repercusiones más relevantes en la preparación de campañas</li> <li>• Estadística sociodemográfica y económica</li> <li>• Formulación y análisis de las plataformas electorales</li> <li>• Estructura regional y distritación electoral</li> <li>• Factores clave de la preparación de campañas</li> <li>• Legislación y desarrollo de las precampañas</li> </ul> <p>Derechos, deberes y obligaciones en campaña</p> <p>Las prerrogativas y las franquicias</p> <p>Estrategias para la obtención de recursos</p> <p>Diseño y operatividad del cuartel de campaña</p> <p>Administración de recursos humanos y materiales adecuados para la campaña</p> <p>Diseño, estandarización y manejo de la imagen del candidato, el comité y el equipo de campaña</p> <p>Conceptualización y gestión de los sistemas de medición de la intención de voto y de resultados preliminares en la jornada electoral</p>	
<p><b>MÓDULO IV. Campañas: Etapa electoral</b></p> <p>Las precampañas, factores clave:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Preparación de la precampaña</li> <li>• Consideraciones legales</li> <li>• Recursos financieros</li> <li>• Transparencia y ética</li> </ul>	<p><b>5, 7, 10, 12, 14, 17, 19, 21, 24 de octubre</b></p>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Movilización y propaganda</li> </ul> <p>El voto en el extranjero</p> <p>Reclutamiento de voluntarios</p> <p>El presupuesto electoral. Formulación y estructura</p> <p>Opinión pública:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Investigación de opinión pública y estrategia "War room"</li> <li>• Formación de la percepción y de la opinión pública</li> <li>• Las encuestas de opinión pública en las campañas: grupos de enfoque, cuestionarios, muestreos, análisis e interpretación</li> </ul> <p>La propaganda electoral</p> <p>Estrategias para la imagen pública:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Marketing</li> <li>• gestión de imagen</li> <li>• persuasión y opinión pública</li> </ul> <p>Los debates electorales</p> <p>Técnicas para el manejo de crisis y la comunicación estratégica</p> <p>Registro de candidatos</p> <p>Etapas y elementos de la jornada electoral (casillas, consejos distritales, representantes, documentación electoral, etc).</p> <p>La observación electoral</p>	
<p><b>MÓDULO V. Campañas: Etapa post electoral.</b></p> <p>Valoración del desempeño institucional y político del INE y los OPLEs</p> <p>Valoración del desempeño institucional del TEPJF, los TEEs y la FEPADE</p> <p>Los resultados electorales y la nueva conformación</p>	<p><b>26, 28, 31 de octubre, 4, 7, 9, 11, 14, 16 de noviembre</b></p>

<p>del mapa político-electoral</p> <p>La LXIII legislatura. Agendas potenciales y la ruta hacia el 2018.</p> <p>El sistema de medios de impugnación en materia electoral</p> <p>El Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación</p> <p>Elementos clave de la litis electoral, la judicialización electoral como factor clave para la legitimidad de los candidatos y las campañas</p>	
<p><b>MÓDULO VI. Taller de estrategias de debate, marketing y comunicación política en las campañas</b></p> <p>Conceptualización de la opinión pública</p> <p>El esquema general de una campaña</p> <p>Investigación de opinión pública y estrategia (War room)</p> <p>Diseño de cuestionario</p> <p>Introducción al diseño de cuestionario</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Principales sesgos y efectos que deben evitarse</li> <li>• Tipos de encuestas y sus límites</li> <li>• Orden de las preguntas y su influencia entre ellas</li> <li>• Preguntas abiertas y cerradas</li> </ul> <p>Introducción al muestreo</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Diseño y análisis de encuestas por muestreo</li> <li>• Muestreo aleatorio simple</li> <li>• Muestreo aleatorio estratificado</li> <li>• Muestreo por conglomerados</li> <li>• Muestreo sistemático</li> </ul> <p>Encuestas:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Encuesta panel</li> </ul>	<p><b>18, 23, 25, 28, 30 de noviembre, 2, 5, 7 y 9 de diciembre.</b></p>

<ul style="list-style-type: none"><li>• Trackings</li><li>• Encuesta de salida</li><li>• La logística</li><li>• Planificación de exit polls</li></ul> <p>Imagen:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Comunicación, marketing e imagen institucional</li><li>• Imagen deseada y gestión de imagen</li><li>• Construcción de la imagen pública</li><li>• Mensajes clave</li><li>• Persuasión y opinión pública</li></ul>	
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

- Programación sujeta a cambios