

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO**  
**LICENCIATURA EN CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRACIÓN**  
**PÚBLICA**



**PROGRAMA DE ESTUDIOS**

**GERENCIA DE CAMPAÑAS ELECTORALES**

<b>Elaboró:</b>	<u>Dra. Araceli Colín García</u>	<u>Facultad de Ciencias Políticas y Sociales.</u>
	<u>Mtro. Ricardo Ramírez Nieto</u>	<u>Facultad de Ciencias Políticas Sociales</u>

<b>Fecha de aprobación:</b>	<b>H. Consejo Académico</b>	<b>H. Consejo de Gobierno</b>
	<u>23 de Enero de 2023</u>	<u>23 de Enero de 2023</u>

**Facultad de Ciencias Políticas y Sociales**



Departamento de Desarrollo Curricular

Programa de Estudios  
Aprobado por los HH. Consejos  
Académico y de Gobierno



## Índice

	Pág.
I. Datos de identificación.	3
II. Presentación del programa de estudios.	4
III. Ubicación de la unidad de aprendizaje en el mapa curricular.	5
IV. Objetivos de la formación profesional.	7
V. Objetivos de la unidad de aprendizaje.	9
VI. Contenidos de la unidad de aprendizaje y su organización.	10
VII. Acervo bibliográfico.	12



Departamento de Desarrollo Curricular

Programa de Estudios  
Aprobado por los HH. Consejos  
Académico y de Gobierno



**I. Datos de identificación.**

Espacio académico donde se imparte **Facultad de Ciencias Políticas y Sociales  
Centro Universitario UAEM Amecameca  
Centro Universitario UAEM Texcoco  
Centro Universitario UAEM Zumpango**

Estudios profesionales **Licenciatura en Ciencias Políticas y Administración Pública, 2018**

Unidad de aprendizaje **Gerencia de campañas electorales**

Carga académica	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>4</b>	<b>7</b>
	Horas teóricas	Horas prácticas	Total de horas	Créditos

Carácter **Obligatorio** Tipo **Curso** Periodo escolar **Octavo**

Área curricular **Ciencia Política** Núcleo de formación **Integral**

Seriación **Ninguna** **Ninguna**  
UA Antecedente UA Consecuente

Formación común  
Licenciatura  
No presenta





## II. Presentación del programa de estudios.

El programa de la asignatura Gerencia de campañas electorales comprendido en el plan de estudios de la Licenciatura en Ciencias Políticas y Administración Pública tiene por objeto cumplir los lineamientos planteados en el objetivo general de la Licenciatura, por lo tanto, dicho programa se desarrolla con la estrategia de que el estudiante analice, identifique y desarrolle las habilidades para desarrollar una campaña electoral exitosa.

Retomando los objetivos de la Licenciatura debemos formar profesionales con un amplio sentido de responsabilidad social, ética profesional y espíritu de servicio, en este sentido formaremos profesionales que funjan como consultores políticos o representantes en una campaña electoral desarrollando los conocimientos adquiridos en la bibliografía recomendada y analizada en clase, así como materiales de campañas exitosas a nivel mundial y local, todo ello con los principios éticos de las reglas que rigen cada una de las campañas.

En esta perspectiva, las campañas electorales constituyen un conjunto de nuevos desafíos para los estudios de esta temática: entender al ciudadano de este tiempo, conocer lo que la gente quiere, ordenar esas demandas en una plataforma seria y responsable; ofrecer ese programa, dialogarlo con las personas integrándolas al proceso democrático, siendo capaces de traducir todo esto en un mensaje que logre representar el contenido, junto con la adhesión del elector, constituye parte de la gran tarea que los politólogos deben afrontar.

Por ello la presente unidad de aprendizaje pretende profesionalizar a los estudiantes como gerentes de campañas político-electorales, otorgando un marco referencial de cómo realizar las acciones necesarias para ganar al electorado, siendo que es más evidente la necesidad de analizar el nuevo rol que están jugando y que deberán jugar en el futuro tanto los partidos políticos como los candidatos en la política y la forma de hacer la política.

La Unidad de Aprendizaje *Gerencia de Campañas Electorales*, no pretende ser un recetario de cocina para el estudiante, más bien una guía teórico-metodológica que le de las herramientas mínimas necesarias para enfrentarse a una realidad cambiante de la democracia, la política y la misma heterogeneidad ciudadana.

Gerencia de Campañas es una unidad de aprendizaje que comprende cuatro unidades de estudio, donde se desarrollaran temáticas como, Gerencia de Campaña, Investigación de Mercados, Estrategias de campaña, estrategias de comunicación y marketing.



Departamento de Desarrollo Curricular

Programa de Estudios  
Aprobado por los HH. Consejos  
Académico y de Gobierno



Proyecto curricular de la Licenciatura en Ciencias Políticas y Administración Pública  
Reestructuración, 2018  
Secretaría de Docencia • Dirección de Estudios Profesionales



### III. Ubicación de la unidad de aprendizaje en el mapa curricular

	PERIODO 1	PERIODO 2	PERIODO 3	PERIODO 4	PERIODO 5	PERIODO 6	PERIODO 7	PERIODO 8	PERIODO 9
O B L I G A T O R I A S	Epistemología de la investigación social 4 0 4 8	Metodología de la investigación social 4 4 4 8		Investigación cuantitativa 1 3 4 5	Investigación cualitativa 1 3 4 5	Proyectos de investigación 0 4 4 4	Proyectos de investigación en Ciencias Políticas y Administración Pública 0 4 4 4		
	Software para las Ciencias Sociales 0 4 4 4	Razonamiento lógico matemático 2 2 4 6	Estadística I 2 2 4 6	Estadística II 2 2 4 6					
	Filosofía política clásica 4 0 4 8	Filosofía política moderna 4 0 4 8	Derecho constitucional 4 0 4 8	Derecho administrativo 4 4 4 8					Legislación electoral en México y el Estado de México 3 1 4 7
			Teoría política 4 0 4 8	Ciencia Política 4 0 4 8	Sistema Político Mexicano: de la alternancia al multipartidismo 3 1 4 7	Sociología política 4 0 4 8	Sistemas electorales 4 0 4 8	Partidos políticos 4 0 4 8	
	Precusores de la Administración Pública 4 0 4 8	Teoría de la Administración Pública 4 0 4 8	Administración Pública federal 3 1 4 7	Administración Pública estatal 3 1 4 7	Administración Pública municipal 3 1 4 7		Comunicación política 2 2 4 6	Gerencia de campañas electorales 3 1 4 8	Implementación y evaluación de políticas públicas 3 1 4 7
				Planeación 1 3 4 5	Relaciones intergubernamentales 3 1 4 7	Diseño y evaluación de proyectos 1 3 4 5	Integrativa profesional -- -- -- 8		
		Micro y macroeconomía 3 1 4 7	Economía y finanzas públicas de México 3 1 4 7		Presupuestación y contabilidad gubernamental 0 4 4 4	Auditoría y fiscalización gubernamental 0 4 4 4			
	La formación del Estado mexicano 4 0 4 8	México siglo XX: instituciones políticas 4 0 4 8	Configuración del mundo actual 4 0 4 8						
	Paz y derechos humanos 4 0 4 8					Género y transversalidad en el sector público 1 3 4 5		Ética pública 2 2 4 6	
	Estrategias de comunicación escrita y verbal 0 4 4 4	Inglés 5 2 2 6	Inglés 6 2 2 6	Inglés 7 2 2 6	Inglés 8 2 2 6				
O P T A T I V A S						Optativa, Ciencias Sociales 3 1 4 7	Optativa 2, Línea de acentuación 3 1 4 7	Optativa 4, Línea de acentuación 3 1 4 7	
						Optativa 1, Línea de acentuación 3 1 4 7	Optativa 3, Línea de acentuación 3 1 4 7	Optativa 5, Línea de acentuación 3 1 4 7	
	HT 20 HP 8 TH 28 CR 48	HT 23 HP 5 TH 28 CR 51	HT 22 HP 6 TH 28 CR 50	HT 17 HP 11 TH 28 CR 45	HT 16 HP 12 TH 28 CR 44	HT 12 HP 16 TH 28 CR 40	HT 15 HP 9+** TH 24+** CR 47	HT 21 HP 7 TH 28 CR 49	

P R Á C T I C A P R O F E S I O N A L	
	30



Departamento de Desarrollo Curricular

Programa de Estudios  
Aprobado por los HH. Consejos  
Académico y de Gobierno



Proyecto curricular de la Licenciatura en Ciencias Políticas y Administración Pública  
Reestructuración, 2018  
Secretaría de Docencia • Dirección de Estudios Profesionales



DISTRIBUCIÓN DE LAS UNIDADES DE APRENDIZAJE OPTATIVAS

Línea de acentuación, Ciencia Política

Línea de acentuación, Administración Pública

Ciencias sociales

PERIODO 1	PERIODO 2	PERIODO 3	PERIODO 4	PERIODO 5	PERIODO 6	PERIODO 7	PERIODO 8
					Sistemas políticos y de gobierno contemporáneo	Instituciones políticas y gobernabilidad	Prospectiva política y construcción de escenarios
					Civic culture and political participation <sup>1</sup>	Sociedad civil y ciudadanía	Élites y liderazgos políticos
					Administración electoral	Comportamientos electorales	Metodología para el análisis de estadísticas electorales
					Consultoría política	Cabildeo	Discurso político y entrenamiento de medios
					Escenarios políticos de Europa	Escenarios políticos de Asia	Opinión pública
					Gobernanza	E-Government <sup>1</sup>	Transparencia y rendición de cuentas
					Estudios metropolitanos	Desarrollo y gestión territorial	Financiamiento para el desarrollo local
					Políticas públicas sectoriales	Redes de políticas públicas	Estudios de factibilidad de políticas públicas
					Profesionalización y servicio civil de carrera	Gestión de recursos humanos	Gestión de recursos materiales
					Certificación en la Administración Pública	Control de gestión	Estrategias de modernización administrativa
					Migraciones y movilidades		
					Multiculturalismo y etnonacionalismo		
					Sustentabilidad		



SIMBOLOGÍA

Unidad de aprendizaje	HT: Horas Teóricas HP: Horas Prácticas TH: Total de Horas CR: Créditos
10 líneas de señación. Créditos mínimos 22 y máximos 51 por periodo escolar. * Actividad académica ** Horas de la actividad académica <sup>1</sup> UA optativa que debe impartirse, cursarse y acreditarse en el idioma inglés	
	Núcleo básico obligatorio.
	Núcleo sustantivo obligatorio.
	Núcleo integral obligatorio.
	Núcleo integral optativo.

PARAMETROS DEL PLAN DE ESTUDIOS

Núcleo básico obligatorio: cursar y acreditar 20 UA	57 23 80 137	Total del núcleo básico: acreditar 20 UA para cubrir 137 créditos
Núcleo sustantivo obligatorio: cursar y acreditar 22 UA	57 31 88 145	Total del núcleo sustantivo acreditar 22 UA para cubrir 145 créditos
Núcleo integral obligatorio: cursar y acreditar 7 UA + 2*	14 14+** 28+** 80	Total del núcleo integral acreditar 13 UA + 2* para cubrir 122 créditos
Núcleo integral optativo: cursar y acreditar 6 UA	18 8 24 42	

Programa de Estudios Aprobado por los HH. Consejos Académico y de Gobierno

TOTAL DEL PLAN DE ESTUDIOS	
UA obligatorias	49 + 2 Actividades académicas
UA optativas	5
UA a acreditar	55 + 2 Actividades académicas
Créditos	404



#### IV. Objetivos de la formación profesional.

##### Objetivos del programa educativo:

Son objetivos de la licenciatura en Ciencias Políticas y Administración Pública formar politólogos y administradores públicos con un amplio sentido de responsabilidad social, integridad personal, ética profesional, y espíritu de servicio que sean capaces de afrontar los retos y desafíos propios de un entorno social y cambiante, complejo y con problemas multidimensionales; y que, contando con una perspectiva holística de la realidad y una formación integral e interdisciplinaria, contribuyan para:

##### Generales:

- Vivir los principios y valores universitarios desarrollando capacidades para interactuar con respeto y empatía.
- Participar activamente en el desarrollo académico para mejorar la capacidad de aprendizaje y desempeñarse como profesional con autonomía, siendo congruente con el propósito de vida universitaria.
- Ampliar su universo cultural para mejorar la comprensión de los conflictos globales y de su entorno, para preservar la naturaleza y potenciar su capacidad para la toma de decisiones públicas.
- Evaluar el progreso, integración e incertidumbre de las ciencias, ante la creciente complejidad de las profesiones.
- Reconocer y ampliar su conocimiento intercultural y compartir de sus bienes y valores.
- Ejercer el diálogo y respeto como principios de la convivencia con sus semejantes, y de apertura al mundo.
- Desarrollar hábitos de trabajo, organización, disciplina, colaboración e iniciativa propia en las organizaciones públicas, sociales y privadas.
- Cuidar su salud y desarrollar armoniosamente su cuerpo; ejercer responsablemente y de manera creativa el tiempo libre.
- Hacer uso eficiente de las tecnologías de información y comunicación para insertarse exitosamente en la sociedad del conocimiento.
- Emplear habilidades lingüístico-comunicativas en una segunda lengua.
- Tomar decisiones y formular soluciones socialmente significativas, éticas y estéticas.



Departamento de Desarrollo Curricular

Programa de Estudios  
Aprobado por los HH. Consejos  
Académico y de Gobierno



## Particulares

- Distinguir los diversos componentes y actores sociales que intervienen en los fenómenos relacionados con la competencia, la cooperación y el ejercicio del poder político, incorporando las características teóricas y metodologías de estudio propias del estructural-funcionalismo, el materialismo histórico, el constructivismo, el conductismo y el institucionalismo para la realización de ejercicios multidimensionales de análisis político y la construcción de perspectivas y escenarios para la planeación, toma de decisiones y atención de coyunturas políticas, electorales y gubernamentales.
- Analizar los conocimientos y conceptos en torno a la política, la administración pública, burocracia, poder, Estado, gobierno, sociedad civil, y democracia con las herramientas metodológicas de la dialéctica, hermenéutica, teoría comprensiva, fenomenología, los estudios de caso y comparados para la interpretación y comprensión de los procesos sociales, históricos y presentes que configuran el sistema político mexicano y a las instituciones públicas.
- Diseñar modelos de diseño organizacional y de gestión en el sector público, aplicando los conocimientos y técnicas en materia de administración de recursos humanos, financieros y materiales, planeación, auditoría y control presupuestal que contribuyan al ejercicio eficaz de las funciones y responsabilidades públicas con calidad, racionalidad, sensibilidad social y eficiencia, en un contexto histórico, ético, filosófico y humanista.
- Distinguir las fases de análisis, diseño e implementación y evaluación que componen el ciclo de las políticas públicas, mediante el estudio de la bibliografía especializada y la revisión de casos exitosos, con el propósito de participar en el diseño e implementación de políticas públicas que respondan a las necesidades sociales y los requerimientos del desarrollo económico, político y social con sustentabilidad en los ámbitos local, nacional y global.
- Contribuir a la resolución pacífica de las diversas situaciones de conflicto a las que se enfrenta en el marco de su desempeño profesional, promoviendo la tolerancia, el diálogo, el respeto a la legalidad, la equidad de género y la justicia.
- Integrar los principios éticos y filosóficos de su formación universitaria para la promoción de acciones que contribuyan al fortalecimiento de la cultura política democrática en el marco de los procesos político-electorales que estudie o en los que intervenga.
- Promover los principios y valores propios de la ciudadanía mundial con el propósito de contribuir a la construcción de las ciudades más justas, pacíficas, igualitarias, incluyentes, tolerantes y con visión de sustentabilidad.





### **Objetivos del núcleo de formación:**

Proveerá al alumno de escenarios educativos para la integración, aplicación y desarrollo de los conocimientos, habilidades y actitudes que le permitan el desempeño de funciones, tareas y resultados ligados a las dimensiones y ámbitos de intervención profesional o campos emergentes de la misma.

### **Objetivos del área curricular o disciplinaria:**

Analizar los fundamentos del poder político, mediante el estudio de las filosofías y teorías políticas, de los procesos electorales, de los partidos y comunicación política y de los escenarios políticos a nivel internacional para explicar y comprender de manera crítica y fundada las relaciones de poder expresadas en diferentes problemáticas, contextos y ámbitos del espacio público y fortalecer la gobernabilidad democrática de la entidad.

### **V. Objetivos de la unidad de aprendizaje.**

Diseñar estrategias de campañas electorales mediante el uso de técnicas de organización de la precampaña, campaña y postcampaña y marketing político y la gerencia de campañas electorales para interpretar los contextos de los sistemas electorales, sus reglas de competencia y el comportamiento de los electorados.



Departamento de Desarrollo Curricular

Programa de Estudios  
Aprobado por los HH. Consejos  
Académico y de Gobierno



## VI. Contenidos de la unidad de aprendizaje, y su organización.

### Unidad temática 1. Gerencia y Estructura Operativa.

**Objetivo:** Analizar los actores y sus funciones en la campaña electoral mediante el análisis crítico de las actividades relevantes durante el proceso electoral, identificando la importancia de los grupos especializados de toma de decisión (cuarto de guerra) a fin de evaluar su desempeño vinculadas a la jornada electoral.

**Temas:**

- 1.1 La organización y equipo de campaña
- 1.2 Organigrama y funciones de las estructuras
- 1.3 El cuarto de guerra para campañas electorales
- 1.4 Operadores políticos
- 1.5 El día de la elección y las responsabilidades

### Unidad temática 2. Investigación del mercado y comportamiento electoral

**Objetivo:** Analizar la relación mercado y comportamiento electoral a través de examinar el papel de los estudios de opinión y grupos focales para la construcción y segmentación del mercado electoral, a fin de posicionar socialmente la imagen del candidato identificando la configuración del comportamiento electoral.

**Temas:**

- 2.1 Investigación cuantitativa y cualitativa en campañas electorales
- 2.2 Comportamiento electoral en campañas
- 2.3 Segmentación del mercado electoral
- 2.4 Análisis del candidato y construcción de la imagen
- 2.5 Investigación de estrategias de ataque y defensa

### Unidad temática 3. . El marketing político y las estrategias en las campañas electorales

**Objetivo:** Valorar el papel del marketing político en la construcción de la estrategia electoral mediante el diseño del plan de medios a fin de generar estructura coherente de los mensajes para el posicionamiento del candidato.

**Temas:**

- 3.1 Qué es el marketing político
- 3.2 Construcción del plan de marketing político
- 3.3 Diseño de Estrategias de Campañas electorales
- 3.4 Discurso y mensaje político
- 3.5 Plan de medios y media Training





#### Unidad temática 4 Comunicación política y redes sociales

**Objetivo:** Examinar la relación de los medios de comunicación y su papel en las campañas electorales mediante la definición de la mejor estrategia en el uso de redes sociales y manejo de crisis a fin de mejorar las decisiones en la campaña informadas por el coordinador de comunicación atendiendo los diferentes segmentos de votantes.

**Temas:**

- 4.1 La relación con los medios de comunicación
- 4.2. La Estrategia en redes sociales y mensajería
- 4.3 Gestión de redes sociales y manejo de crisis
- 4.4 La función de la o el *community manager*
- 4.5 Análisis Comparativo de campañas electorales a nivel mundial



Departamento de Desarrollo Curricular

Programa de Estudios  
Aprobado por los HH. Consejos  
Académico y de Gobierno



## VII. Acervo bibliográfico.

- ALACOP. El arte de ganar elecciones. Una guía práctica de comunicación política modern
- Bárcena, et al (2011). Marketing político, Lerma Kirchner, Cengage Learning.
- Barranco Saiz, F.J. *Técnicas de marketing político*. Madrid. Editorial. Pirámide 1982
- Berrocal, Salomé y Otros (2003). *Comunicación política en televisión y nuevos medios*. Barcelona. Ed. Ariel.
- Bohmann, Karin (1994). *Medios de comunicación y sistemas informativos en México*. México. Alianza Editorial.
- Bretton, Phillippe (1998). En Gauthier, Gilles y otros. *Comunicación política*. Barcelona. Ed. Gedisa.
- Bazan Roberto (2021) El Manual del Consultor Político, Goberna Analytics, Perú.
- Canel, Maria José (1999). *Comunicación política. Técnicas y estrategias para la sociedad de la información*. Madrid. Tecnos.
- Colomer, J.M. *El arte de la manipulación política. Votaciones y teorías de juegos en la política española*. Barcelona. Anagrama
- Del Rey Morato, Javier (1989). *La comunicación política (el mito de las izquierdas y derechas)*. Ed. Eudema. Madrid.
- Gómez Cruz Oscar y Molina Diz Araceli (2019) La Campaña, editorial IEXE, Puebla, México.
- Herreros Arconada (1989), M. *Teoría y técnica de la propaganda electoral*. Barcelona. Ediciones PPU.
- Haime, Hugo (1998). *La imagen del poder*. Editorial Corregidor, Buenos Aires.
- Lema Mouzo, Xosé (2021) El Candidato Ganador, como organizar campañas electorales para ganar unas elecciones, Las Vegas.
- Luque, Teodoro (1996). *Marketing político. Un análisis del intercambio político*. Madrid. Ariel.
- Merino Méndez Leonardo (2021): Marketing Político, la forma de vender un presidente, las Vegas.
- Manual de Gestión de la Comunicación en Situaciones de Crisis. Disponible en: [https://portal.icetex.gov.co/Portal/docs/default-source/documentos-el-icetex/biblioteca/manuales-de-la-entidad/gesti%C3%B3n de la comunicaci%C3%B3n en situaciones de crisis.pdf](https://portal.icetex.gov.co/Portal/docs/default-source/documentos-el-icetex/biblioteca/manuales-de-la-entidad/gesti%C3%B3n%20de%20la%20comunicaci%C3%B3n%20en%20situaciones%20de%20crisis.pdf)
- Martínez Silva, Mario y Salcedo Aquino, Roberto (1999). Manual de campaña. Teoría y práctica de la persuasión electoral. Instituto Nacional de Estudios Políticos A. C., México D. F.
- Mourad, Rafael. (2008) *Guía básica para entender la Política 2.0: 100 ideas prácticas y 34 recomendaciones para una ciber campaña*. Creative Commons.
- Quesada Juan. (2005) *Manual de Marketing político*. Partido Popular, Secretaría de formación. España