

Construcción de conceptos básicos.

Based on Jim Harvey's speech structures



UNIVERSIDAD AUTONOMA DEL ESTADO DE MÉXICO



FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES

GERENCIA Y ORGANIZACIÓN DE CAMPAÑAS ELECTORALES
CARÁCTER DE APRENDIZAJE OPTATIVA

PROGRAMA EDUCATIVO
LICENCIADO EN CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

UNIDAD DE COMPETENCIA
I. GERENCIA Y ORGANIZACIÓN

TEMA 1 CONCEPTOS GENERALES

ELABORÓ
M. En C. y T. E. ARACELI COLÍN GARCÍA

PRESENTACIÓN

Este material nos sirve de apoyo para la unidad número uno denominada Gerencia y Organización, en el tema uno donde se discutirán conceptos generales sobre campañas electorales, políticas, y su diferencia ; que entendemos por gerencia y organización y como se constituye y rige la campaña electoral.

El propósito en esta unidad es que los alumnos identifiquen los conceptos relacionados con la gerencia y la organización de campañas, los tipos y la regulación de éstas.

ESTRUCTURA DE LAS UNIDADES DE APRENDIZAJE

I. Gerencia y Organización

II. Investigación Política

III. Estrategia de Campaña

IV . Comunicación Política

UNIDAD I

Gerencia y Organización

TEMA

CONCEPTOS GENERALES

Objetivo

Identificar los conceptos generales relacionados con campañas político-electoral, la diferencia entre ambas. Conocer que es la gerencia, la organización y la base regulatoria de las campañas políticas.

Conocimiento del alumnos

- ¿Qué es una campaña político-electoral?
- ¿Cual es la diferencia entre una campaña política y una electoral?
- ¿Qué es un gerente de campaña? ¿Cual es su papel en la campaña?
- ¿Características de una campaña político electoral en México?
- ¿Base normativa de las campañas electorales?

Campaña Política
vs.
Campaña Electoral

Campaña política se hace todos los días, cada vez que hablamos de temas de interés nacional.

Campaña electoral es la que busca un puesto de elección popular, se hace bajo el período autorizado por las instituciones electorales.

Campaña Política
vs.
Campaña Electoral

Campana política se hace todos los días, cada vez que hablamos de temas de interés nacional.

Campaña electoral es la que busca un puesto de elección popular, se hace bajo el período autorizado por las instituciones electorales.

Gerencia

La gerencia implica un uso racional y eficiente de los recursos con los que se cuenta en toda campaña electoral, tanto humanos, materiales, tecnológicos, cognitivos, económicos y el recurso tiempo.

No se trata de un modelo burocrático que enfatiza sólo en el control de los recursos, sino que hecha mano de la planeación, la organización, la dirección y la evaluación, pero con un sentido práctico y operativo buscando centrarse en los objetivos y los resultados

La incorporación de una visión empresarial a la dirección de las campañas, privilegiando una vocación práctica y la eficiencia de sus procesos.

No se trata de un modelo burocrático que enfatiza sólo en el control de los recursos, sino que hecha mano de la planeación, la organización, la dirección y la evaluación, pero con un sentido práctico y operativo buscando centrarse en los objetivos y los resultados

La incorporación de una visión
empresarial a la dirección de las
campañas, privilegiando una
vocación práctica y la eficiencia de
sus procesos.

Las campañas electorales

Son ejercicios intensos de proselitismo y persuasión política, cada día más sofisticados y competidos, en las que el tipo de dirección, estrategia y capacidad organizativa de los partidos y candidatos determina, en gran medida, su éxito o fracaso.

El tipo de modelo administrativo que se imponga en la campaña determinará su éxito o fracaso

Una campaña caótica o desorganizada, generalmente, es una campaña perdedora, mientras que una campaña bien administrada y dirigida es una campaña usualmente ganadora.

La mayoría de las campañas electorales, principalmente las de carácter local, han sido dirigidas y coordinadas bajo modelos administrativos vernáculos.

El tipo de modelo administrativo que se imponga en la campaña determinará su éxito o fracaso

Una campaña caótica o desorganizada, generalmente, es una campaña perdedora, mientras que una campaña bien administrada y dirigida es una campaña usualmente ganadora.

La mayoría de las campañas electorales, principalmente las de carácter local, han sido dirigidas y coordinadas bajo modelos administrativos vernáculos.

Es necesario un alto nivel de competencia interpartidista por los espacios de representación pública ha hecho necesario su profesionalización y modernización, demandando nuevos estándares de desempeño.

¿Que es la gerencia de campañas electorales?

Es un proceso administrativo orientado a generar ventajas competitivas mediante un uso inteligente de técnicas, conocimientos, capacidades y recursos con los que cuenta toda campaña, planeando, dirigiendo, ejecutando, evaluando y controlando las acciones que se emprenden tanto por el (los) candidato (s), el partido o los equipos de campaña.

La gerencia de campañas, representa una vertiente de modernización, inscrita dentro de la corriente racionalista, que busca eficientar los procesos políticos y mejorar su nivel de competitividad.

*¿Que es la gerencia
de campañas
electorales?*

Es un proceso administrativo orientado a generar ventajas competitivas mediante un uso inteligente de técnicas, conocimientos, capacidades y recursos con los que cuenta toda campaña, planeando, dirigiendo, ejecutando, evaluando y controlando las acciones que se emprenden tanto por el (los) candidato (s), el partido o los equipos de campaña.

La gerencia de campañas,
representa una vertiente de
modernización, inscrita dentro de
la corriente racionalista, que busca
eficientar los procesos políticos y
mejorar su nivel de competitividad.

El gerente (uds):

planifica, investiga, crea, dirige, diseña estrategias y coordina los esfuerzos de proselitismo, comunicación y persuasión de los equipos de campaña, con el único objetivo de ganar la elección o posicionar al candidato y su(s) partido (s).

Son estrategias que buscan maximizar resultados, eficientar procesos y racionalizar el uso de recursos, buscando siempre alcanzar los objetivos buscados.

Una campaña exitosa demanda distintos gerentes, dependiendo de su estructura organizacional y tipo de elección.

Son estrategias que buscan maximizar resultados, eficientar procesos y racionalizar el uso de recursos, buscando siempre alcanzar los objetivos buscados.

Una campaña exitosa demanda distintos gerentes, dependiendo de su estructura organizacional y tipo de elección.

4 objetivos centrales del gerente:

1. Orden, coherencia y sentido
2. Generar certidumbre al interior

3. Posicionamiento; a través de la opinión pública y medios de comunicación

4. Conversión de votos (decisivo para el triunfo)

3. Posicionamiento; a través de la
opinión pública y medios de
comunicación

4.

4. Conversión de votos (decisivo para el triunfo)

Art. 40 CPEUM:

Es voluntad del pueblo mexicano constituirse en una República representativa, democrática, laica y federal, compuesta por Estados libres y soberanos en todo lo concerniente a su régimen interior, y por la Ciudad de México, unidos en una federación establecida según los principios de esta ley fundamental.

Elecciones en sistemas democráticos:

- Métodos de agregación de las preferencias de un conjunto de individuos con el fin de seleccionar a los ocupantes de cargos públicos
- Procesos comunicativos

Las elecciones buscan:

- Generar clima político
- Ejercicio del voto
- Sobresaltar la problemática social jerarquizándola
- Imagen del candidato

Elecciones en sistemas democráticos:

- Métodos de agregación de las preferencias de un conjunto de individuos con el fin de seleccionar a los ocupantes de cargos públicos
 - Procesos comunicativos

Las elecciones buscan:

- Generar clima político
- Ejercicio del voto
- Sobresaltar la problemática social jerarquizándola
- Imagen del candidato

Procesos electorales.
TIC´S
Relaciones Públicas
Comunicación Política (electoral)
Competencia
Medios de comunicación

Agenda

Pública: "un conjunto de controversias políticas que serán percibidas en un momento dado dentro del espectro de preocupaciones legítimas del ámbito político" (Cobb y Elder, 1986: 26).

De campaña: conjunto de problemas, demandas, cuestiones y asuntos que los candidatos han seleccionado y ordenado como objetos de su acción y, más propiamente, como objetos sobre los cuales han decidido que deben actuar o han considerado que tienen que actuar una vez electos.

- 3 líneas de la agenda: pública, mediática y política
- Para entender la formación de una agenda de campaña requiere profundizar en la construcción de la agenda política.
- Juego de poder dentro del sistema político

Agenda electoral

Dos vertientes: problemas sociales e imagen del candidato.

Agenda

Pública: “un conjunto de controversias políticas que serán percibidas en un momento dado dentro del espectro de preocupaciones legítimas del ámbito político” (Cobb y Elder, 1986: 26).

De campaña: conjunto de problemas, demandas, cuestiones y asuntos que los candidatos han seleccionado y ordenado como objetos de su acción y, más propiamente, como objetos sobre los cuales han decidido que deben actuar o han considerado que tienen que actuar una vez electos.

- 3 líneas de la agenda: pública, mediática y política
- Para entender la formación de una agenda de campaña requiere profundizar en la construcción de la agenda política.
- Juego de poder dentro del sistema político

Agenda electoral

Dos vertientes: problemas sociales e imagen del candidato.

Limitantes: Agentes políticos

Macro: S.P.Partidista, sistemas mediáticos publico y privado, audiencia mediática, grados de profesionalización y diferencias culturales.

Microi: Inclinaciones ideológicas de la población y medios de comunicación (disponibilidad y tamaño)

INDICADORES

Se realizó un taller de capacitación a los docentes de la institución educativa, en el cual se abordó el tema de la comunicación y la comunicación digital. Se realizaron actividades de reflexión y análisis de casos, así como de elaboración de planes de aula y de proyectos de aula. Se evaluó el nivel de comprensión de los conceptos de comunicación y comunicación digital, así como el nivel de aplicación de los mismos en el aula.

OBJETOS DE APRENDIZAJE

OBJETIVO GENERAL

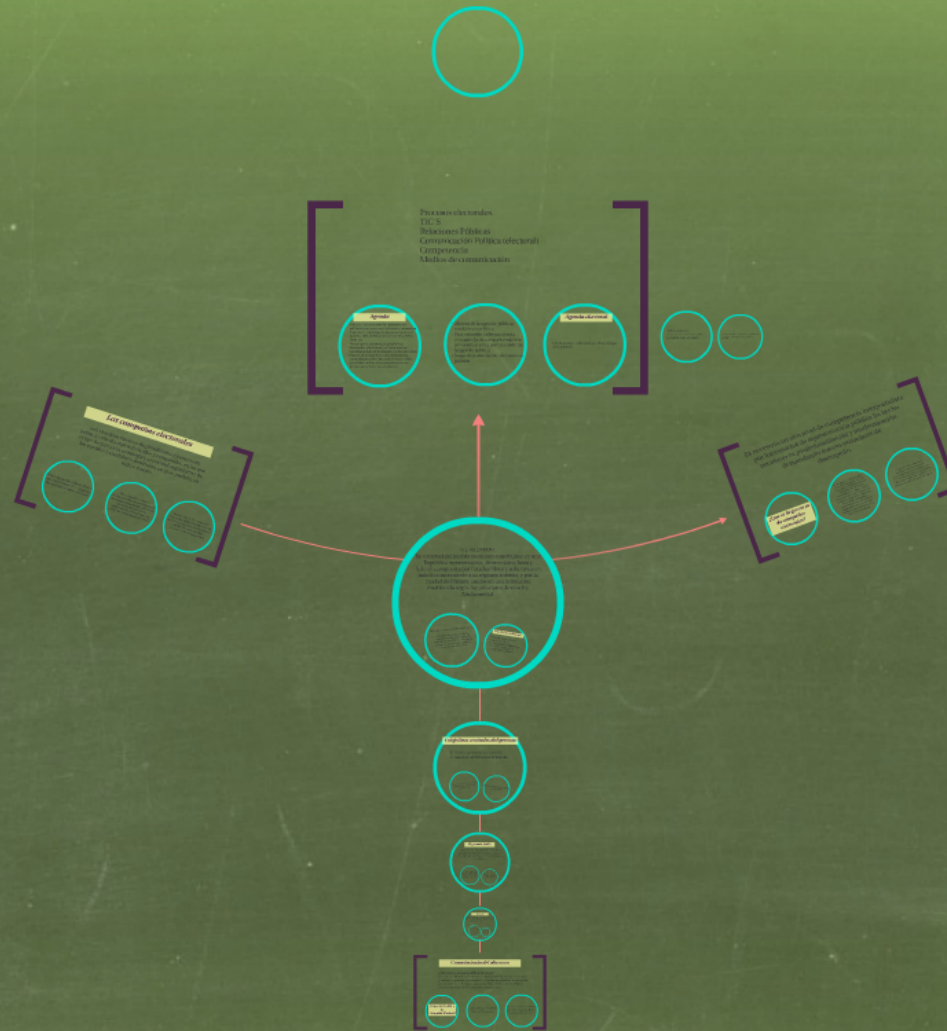
Comprender la comunicación y la comunicación digital, así como su importancia en el mundo actual.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Identificar los elementos de la comunicación y la comunicación digital.

2. Analizar los tipos de comunicación y la comunicación digital.

3. Aplicar los conocimientos adquiridos en el aula y en la vida cotidiana.



Construcción de conceptos básicos.

Based on Jim Harvey's speech structures

INDICADORES

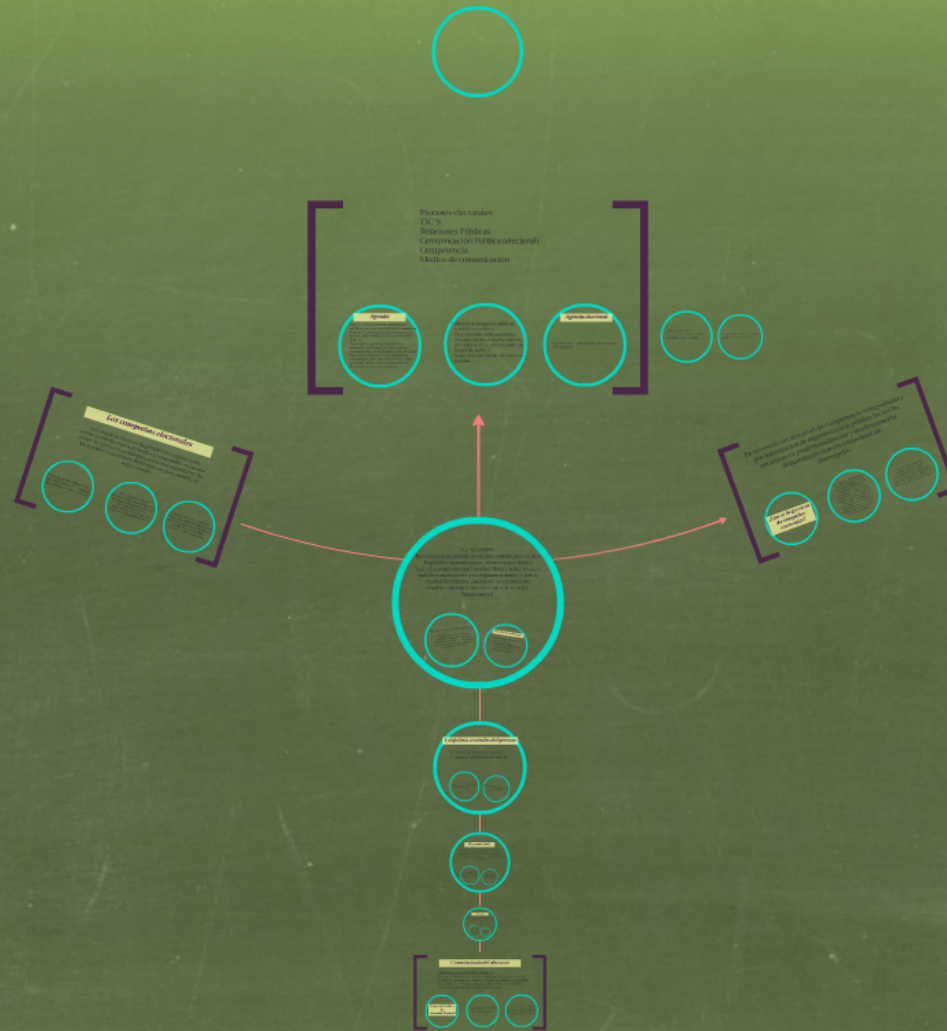
Se realizó un taller de capacitación a los docentes de la institución educativa, en el cual se abordó el tema de la comunicación y la comunicación efectiva. Se realizaron actividades de reflexión y análisis de casos, así como de elaboración de planes de comunicación y de implementación de estrategias de comunicación.

OBJETOS DE APRENDIZAJE

OBJETOS DE APRENDIZAJE

OBJETOS DE APRENDIZAJE

OBJETOS DE APRENDIZAJE



Construcción de conceptos básicos.

Based on Jim Harvey's speech structures

 UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO 
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

GERENCIA Y ORGANIZACIÓN DE CAMPAÑAS ELECTORALES
CARÁCTER DE APRENDIZAJE OPTATIVA

PROGRAMA EDUCATIVO
LICENCIADO EN CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

UNIDAD DE COMPETENCIA
I. GERENCIA Y ORGANIZACIÓN

TEMA 1. CONCEPTOS GENERALES

ELABORÓ
M. En C. y T. E. ARACELI COLÍN GARCÍA

PRESENTACIÓN

Este material nos sirve de apoyo para la unidad número uno denominada Gerencia y Organización, en el tema uno donde se discutirán conceptos generales sobre campañas electorales, políticas, y su diferencia ; que entendemos por gerencia y organización y como se constituye y rige la campaña electoral.

El propósito en esta unidad es que los alumnos identifiquen los conceptos relacionados con la gerencia y la organización de campañas, los tipos y la regulación de éstas.

ESTRUCTURA DE LAS UNIDADES DE APRENDIZAJE

- I. Gerencia y Organización
- II. Investigación Política
- III. Estrategia de Campaña
- IV . Comunicación Política

UNIDAD I Gerencia y Organización

TEMA CONCEPTOS GENERALES

Objetivo

Identificar los conceptos generales relacionados con campañas político-electoral, la diferencia entre ambas. Conocer que es la gerencia, la organización y la base regulatoria de las campañas políticas.

