



UNIVERSIDAD DE
MURCIA



MÁSTER
ANÁLISIS
POLÍTICO
APLICADO

PROGRAMACIÓN DEL CURSO 2022/2023

MÁSTER UNIVERSITARIO ANÁLISIS POLÍTICO APLICADO

POLÍTICA, DEMOCRACIA Y GOBERNABILIDAD
1. Representación y participación: Revisando los fundamentos democráticos
1. Representación y democracia: de las conceptualizaciones mínimas a las sustantivas
2. Calidad de la democracia: Accountability electoral. Accountability institucional.
3. La representación del otro. Los debates actuales. Multiculturalismo
4. Enfoques contemporáneos de la ciudadanía.
5. Ingeniería electoral: procesos y sistemas electorales.
6. La política de la presencia. Mainstreaming de género.
2. Ingeniería Política Aplicada
1. La brecha política y democracia: polarización afectiva, partidismo negativo
2. Los partidos en la democracia y la democracia en los partidos.
3. Gobernabilidad y coaliciones.
4. Fundamentos del comportamiento electoral.
5. Procesos de inclusión y participación de la ciudadanía en la toma de decisiones.
6. Instrumentos de control, eficiencia y eficacia en las democracias actuales.
MÉTODOS Y DISEÑO DE PROYECTOS EN INVESTIGACIÓN POLÍTICA APLICADA
3. Diseño y elaboración de proyectos de investigación avanzados en Ciencia Política
1. El diseño de la investigación avanzada en Ciencia Política I
2. El diseño de la investigación avanzada en Ciencia Política II
3. Seminario Experimentos en Ciencia Política
4. Tendencias y retos en la investigación avanzada en Comunicación Política
4. Métodos y técnicas de investigación avanzadas en Ciencia Política
1. La investigación cuantitativa: fundamentos y principales técnicas
2. El análisis de datos cuantitativos: exploración de grandes bases de datos
3. Técnicas de análisis de datos avanzadas I
4. Técnicas de análisis de datos avanzadas II
5. La investigación cualitativa: fundamentos y principales técnicas
6. El análisis de contenido
7. El análisis de redes de actores
8. Análisis del discurso
CONSULTORÍA ESTRATÉGICA PARA GOBIERNOS, PARTIDOS E INSTITUCIONES
5.- Investigación y análisis de escenarios
1. Fundamentos de la comunicación estratégica: estrategias y tácticas de comunicación persuasiva I
2. Fundamentos de la comunicación estratégica: estrategias y tácticas de comunicación persuasiva II
3. Diagnóstico de la competición I
4. Diagnóstico de la competición II
5. Diagnóstico de la competición III
6. El plan de medios
6.- Diseño y planificación de las campañas políticas y electorales
1. Fundamentos para la planificación de una campaña electoral exitosa.
3. La organización de la campaña y el cuarto de guerra
4. Publicidad y propaganda política
2. Emociones, polarización y campañas electorales
5. Minería de datos y su aplicación en geomarketing a partir de datos estadísticos o de opinión pública
6. Herramientas de georreferenciación
7.- Construcción y transmisión del mensaje político
1. Gobernabilidad y coaliciones.
2. Fundamentos del mensaje político.
3. Formación de portavoces.
4. Debates electorales.
5. La gestión de los enmarcados: el framing
6. Narrativas, storytelling y construcción discursiva.
8.- Comunicación política digital
1. La comunicación política digital en el marco de las campañas electorales



UNIVERSIDAD DE
MURCIA



MÁSTER
ANÁLISIS
POLÍTICO
APLICADO

2. Ciber activismo y movilización política digital
3. Polarización e interacción en redes sociales.
4. Las fake news en la era digital.
5. Big data y minería de datos. Redes sociales digitales y recogida y análisis de sus datos
6. Herramientas de gestión y análisis de la conversación digital
9.- Liderazgo y emociones
1. El candidato en el espacio público.
2. El liderazgo femenino. 16:00 a 18:00
3. El liderazgo femenino. 18:00 a 20:00
4. El liderazgo como objeto de estudio.
5. Liderazgo, narrativas y economía discursiva
6. La comunicación política negativa.
7. Estrategias de comunicación audiovisual.
10.- Diseño y planificación de la comunicación institucional
1. Fundamentos estratégicos de la comunicación institucional y de gobierno.
2. Comunicación de políticas públicas.
3. Técnicas y herramientas para la elaboración de discursos políticos
4. Comunicación de crisis.
5. La creación de marca
6. Relaciones con los medios