

## DIPLOMATURA EJECUTIVA

# Estrategia y Dirección de Campañas Electtorales

Cursada sincrónica y asincrónica  
Grabaciones subidas al campus

**Masterclass presenciales con  
referentes nacionales e internacionales**

**INSCRIPCIÓN E INFO:**

[www.unab.edu.ar/diplomaturas/](http://www.unab.edu.ar/diplomaturas/)

**Duración:  
6 meses**

**—  
Modalidad  
Online**

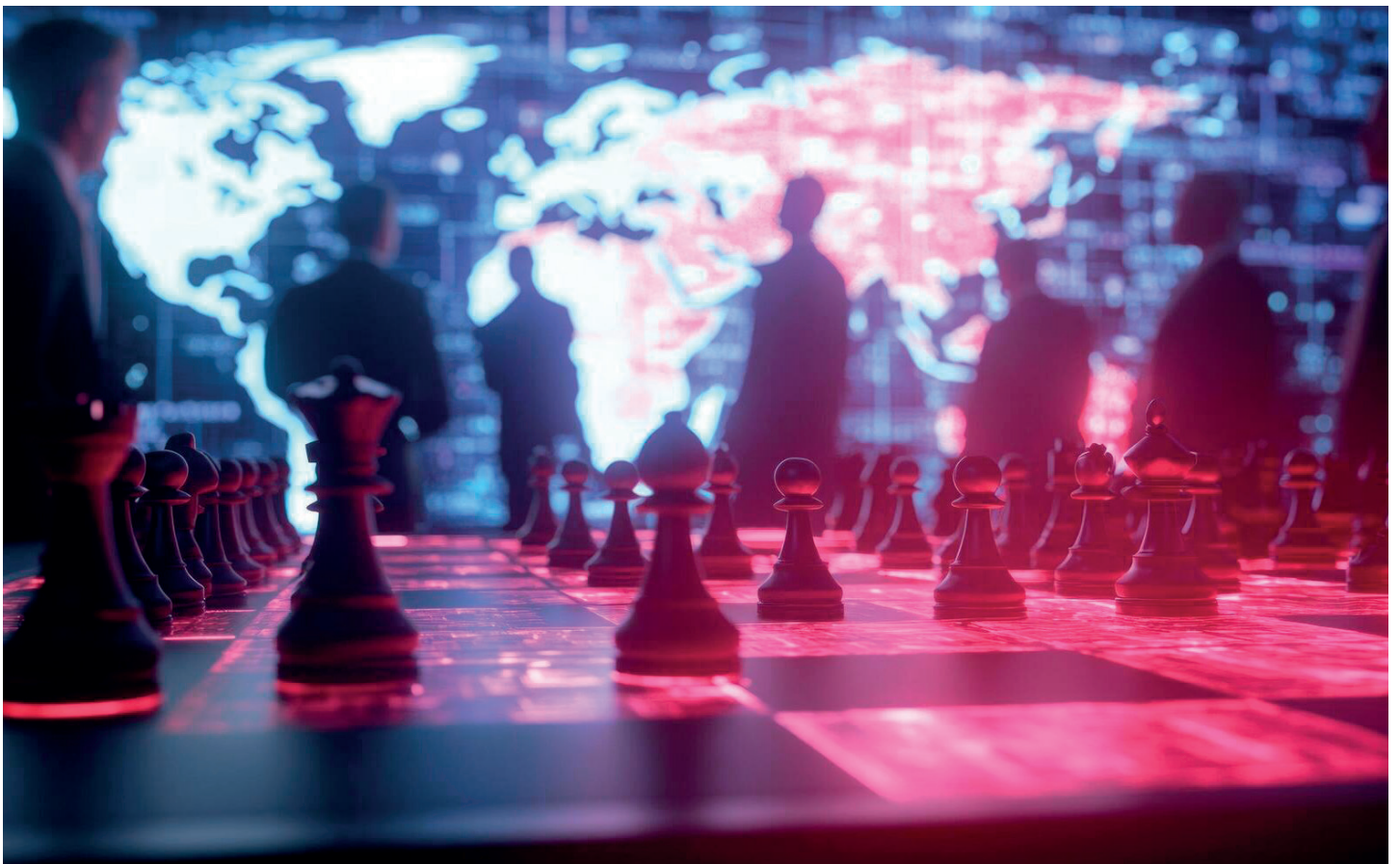
# PRESENTACIÓN

La Universidad Nacional Guillermo Brown ha diseñado la **Diplomatura en Estrategia y Dirección de Campañas Electorales** con el objetivo de formar a asesores y consultores en comunicación política, directores de comunicación y trabajadores en comunicación política en el desarrollo de estrategias y campañas electorales asertivas en escenarios de complejidad, polarización, y crisis.

La Diplomatura tiene una **modalidad taller** para la aplicación práctica de los contenidos en la que los alumnos podrán avanzar en estrategias concretas para sus trabajos profesionales.

La Diplomatura apunta a transferir capacidades en estrategia de comunicación, planificación y ejecución de campañas electorales en **contextos de complejidad democrática**, y escenarios crecientemente digitales y virtuales en los que se encuentra inserta la sociedad.

Durante la Diplomatura se estudiarán conceptos claves de la comunicación política, en su **dimensión electoral, digital, territorial** y de **crisis**. Asimismo, se analizará el impacto de las **nuevas tecnologías**, el rol de los medios de comunicación, las **redes sociales**, la conversación y la escucha al ciudadano.



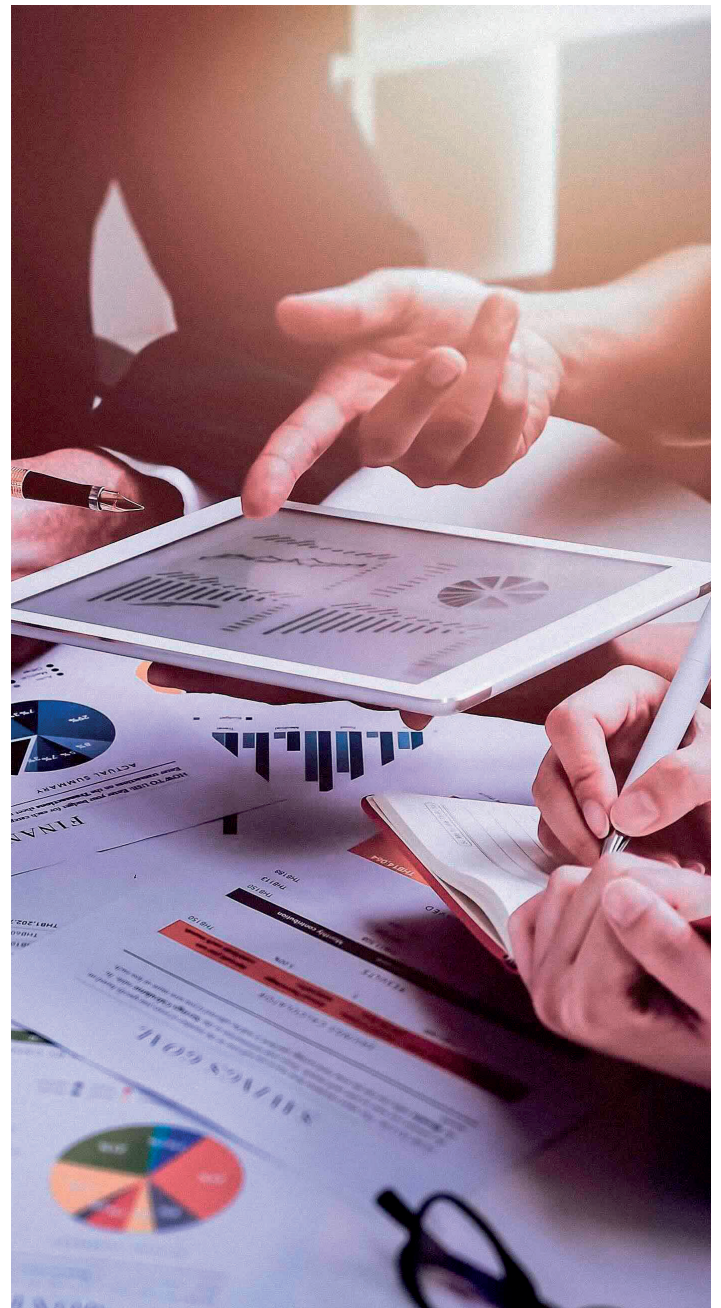
# ¿QUÉ CONOCIMIENTOS VAS A ADQUIRIR?

La **Diplomatura en Estrategia y Dirección de Campañas Electorales** está orientada a profesionales que buscan especializarse en la dirección de los procesos electorales contemporáneos.

El objetivo principal es brindar una formación integral para comprender profundamente los **procesos electorales**, explorando las dinámicas propias de la opinión pública, sus características específicas y las técnicas para su correcta medición y análisis.

El egresado estará capacitado para comprender las estrategias y herramientas del **marketing político**, incorporando aspectos clave como la creatividad, la retórica persuasiva, la estética visual y las **narrativas políticas** utilizadas en campañas electorales exitosas. Podrá diseñar estrategias de Storytelling para la construcción de asuntos públicos en procesos electorales diversos. También incluye entrenamiento especializado en **Media Training**, capacitando a los participantes para mejorar la comunicación pública y mediática de candidatos y actores políticos, optimizando su desempeño frente a distintos medios.

Finalmente, los estudiantes podrán desarrollar competencias prácticas en la planificación y **gestión integral de campañas electorales**, potenciando sus habilidades para diseñar estrategias digitales efectivas, manejo de redes sociales y elaboración de planes publicitarios orientados a resultados concretos



# ¿EN QUÉ CAMPOS PODRÁS APLICAR ESTOS CONOCIMIENTOS?

La Diplomatura está fuertemente orientada a asesores, consultores y estrategas en comunicación política, directores de comunicación y trabajadores en comunicación política, así como referentes sociales y sindicales.

La formación incorpora contenidos orientados a la gestión de la comunicación de campaña para **escenarios electorales locales, provinciales, regionales y nacionales**. Los conocimientos se podrán aplicar en campañas electorales en escenarios de complejidad, incorporando las últimas tendencias y metodologías de trabajo.

**Objetivos:** Lectura crítica del material didáctico por parte de los/as alumnos/as. Consultas e intercambios en los foros, dirigidos y coordinados por los/as docentes. Ejercicios prácticos y evaluaciones sobre la base de análisis de situaciones y casos en contextos laborales y profesionales.

**Actividades:** Foros de discusión. Consulta al docente a través de e-mail o chat. Dictado de clases en tiempo real mediante un Aula Virtual Sincrónica y repositorio de contenidos. Material de lectura semanal y por unidad temática. Actividades individuales y/o grupales de aplicación práctica semanal y por unidad temática. Trabajo práctico integrador simulando campañas electorales reales

La **modalidad** de la cursada será **virtual** con intercambio de información a través del Campus de la Universidad Nacional Guillermo Brown.

Se dictarán **2 encuentros semanales sincrónicos** de 2 hs. Cursada **asincrónica** con seguimiento de contenidos y prácticas.

**Masterclass** presenciales con referentes nacionales e internacionales

Su duración es de **6 meses**

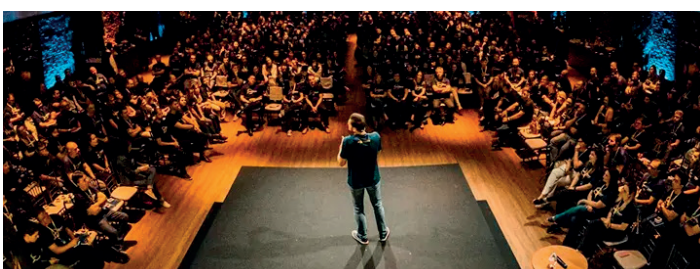
**Título:** Diplomatura en Estrategia y Dirección de Campañas Electorales

# MATERIAS Y CONTENIDOS MÍNIMOS

## La comunicación pública: características, ciclos y estrategias

El ciclo de la comunicación política: alcances, diferencias, zonas de convergencia, estilos comunicacionales y responsabilidades institucionales. Ciclos de la comunicación pública: diagnóstico, definición estratégica, ejecución, evaluación y aprendizaje. Ecosistema mediático híbrido: medios tradicionales, plataformas, conversación social, desintermediación y nuevas mediaciones. Agenda pública, legitimidad, confianza, reputación, gobernabilidad y construcción de consensos. Mapa de actores, públicos, issues, stakeholders, territorios de conversación y riesgos de contexto. Estrategias proactivas, reactivas y preventivas: coordinación de mensajes, vocerías, canales y tiempos políticos. Diseño de rutinas de gestión comunicacional: planificación, seguimiento, tableros e indicadores. Comunicación de gobierno vs. comunicación de campaña. Las crisis políticas y el ciclo de la comunicación pública.

Taller aplicado: matriz de diagnóstico y primera hipótesis de estrategia comunicacional.



## Opinión pública, clima social y comunicación política

Opinión pública, clima social, conversación pública y humor social: diferencias conceptuales y usos estratégicos. Agenda setting, priming, framing y construcción de relevancia pública. Audiencias fragmentadas, comunidades políticas, burbujas informativas y segmentación de públicos. Métodos de investigación: encuestas, focus groups, entrevistas, tracking, social listening y análisis de tendencias. Lectura crítica de datos: tamaños muestrales, sesgos, márgenes de error, inferencias y límites de interpretación. Emociones, sesgos cognitivos, polarización, desafección y confianza institucional. Diagnóstico de entorno: mapa de actores, matriz de issues y señales tempranas del clima social.

Taller aplicado: construcción de un informe ejecutivo de diagnóstico para la toma de decisiones.

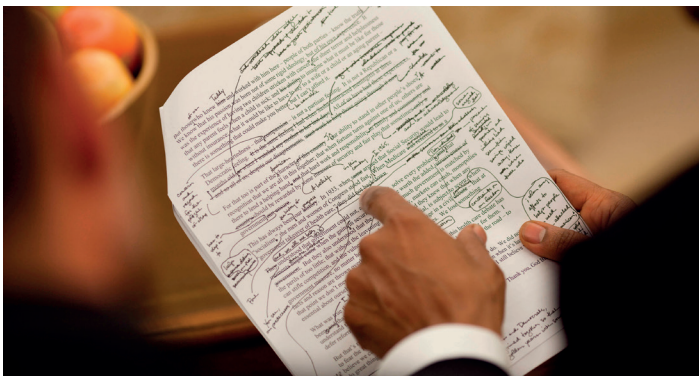


# MATERIAS Y CONTENIDOS MÍNIMOS

## Narrativas, imagen pública y creatividad política

Narrativa política y gubernamental: relato madre, marcos interpretativos, promesa, tono y consistencia. Imagen pública: atributos, credibilidad, liderazgo, cercanía, competencia, autoridad y autenticidad. Storytelling aplicado a campañas, gobiernos, políticas públicas, crisis y conversación digital. Creatividad política: del insight social a la idea fuerza, piezas, slogans, claims y formatos audiovisuales. Arquitectura de mensajes: mensaje central, mensajes secundarios, pruebas, ejemplos y adaptación por públicos. Narrativas visuales: fotografía, video corto, gráfica, escena pública, símbolos, gestualidad y puesta en contexto. Coherencia entre narrativa, gestión, territorio, redes, prensa y vocerías.

Taller aplicado: construcción de relato, atributos e idea creativa para un caso de campaña o gobierno.



## Vocería, media training y performance mediática

Vocería pública: rol, legitimidad, preparación, coordinación interna y límites de responsabilidad. Construcción de mensajes para entrevista, conferencia, debate, streaming, radio, televisión y formatos híbridos. Comunicación verbal, no verbal y paraverbal: claridad, ritmo, presencia, escucha activa y control de escena. Técnicas de respuesta: puenteo, reformulación, manejo de repreguntas, datos sensibles y preguntas hostiles. Relación con periodistas, productores, influencers, moderadores y audiencias en vivo. Vocería en contextos de presión: controversias, crisis, rumores, errores y pedidos de disculpa. Preparación de Q&A, talking points, briefing de vocería y evaluación posterior.

Entrenamiento aplicado: simulaciones con feedback docente y plan personal de mejora.



# MATERIAS Y CONTENIDOS MÍNIMOS

## **Estrategia digital: redes, pauta e IA aplicada**

Ecosistema digital político: plataformas abiertas, mensajería privada, video corto, comunidades, creadores y medios nativos. Estrategia de contenidos: objetivos, públicos, formatos, calendario, tono, narrativa, cadencia y criterios de publicación. Pauta digital: objetivos de campaña, segmentación, funnels, pruebas A/B, medición y criterios de optimización. Social listening, analítica de redes, tableros, métricas accionables y uso de evidencia para decisiones rápidas. IA generativa aplicada a investigación, creatividad, guionado, prototipado, monitoreo y sistematización de información. Desinformación, deepfakes, operaciones coordinadas y protocolos de verificación/respuesta. Ética, privacidad, transparencia, sesgos algorítmicos y límites del targeting político. Taller aplicado: diseño de un plan digital integrado con pauta, contenidos, escucha e IA.



## **Comunicación de riesgo, crisis y gestión reputacional**

Riesgo, issue, controversia y crisis: diferencias, umbrales de escalamiento y criterios de activación. Sistemas de alerta temprana: monitoreo, señales débiles, mapa de vulnerabilidades y actores críticos. Reputación pública: confianza, legitimidad, credibilidad, responsabilidad y reparación. Protocolos de crisis: comité, roles, flujos de aprobación, vocerías, canales y tiempos de respuesta. Comunicación de emergencia, servicios críticos, conflictos sociales, incidentes y entornos hostiles. Rumores, desinformación, filtraciones y ataques coordinados: verificación, contención y respuesta pública. Gestión de las polémicas y de los escándalos políticos. Post-crisis: evaluación, aprendizaje, reparación simbólica, rendición de cuentas y recuperación reputacional. Simulación aplicada: sala de situación, mensajes, vocería y plan de respuesta.



# MATERIAS Y CONTENIDOS MÍNIMOS

## Estrategia, posicionamiento y plan de campaña

Diagnóstico estratégico: punto de partida, problema de campaña, recursos, restricciones y objetivos. Definición de públicos prioritarios, electores persuasibles, bases, abstencionistas y adversarios relevantes. Posicionamiento de candidatura: atributos, contraste, diferencial competitivo, credibilidad y promesa. Oferta política, agenda, marcos narrativos, mensaje central y arquitectura de mensajes. Plan de campaña: fases, hitos, cronograma, presupuesto, canales, KPIs y tablero de control. Organización de comando, war room, toma de decisiones, vocerías y circuitos de aprobación. Integración entre investigación, territorio, comunicación, prensa, digital, pauta y eventos. Taller aplicado: diseño del plan estratégico de campaña y presentación ejecutiva.



## Investigación electoral, comportamiento del votante y segmentación

Modelos clásicos y contemporáneos del comportamiento electoral: sociológico, psicológico, racional, emocional y retrospectivo. Diseño de investigación electoral: preguntas estratégicas, hipótesis, instrumentos, muestras y calendario de medición. Encuestas, tracking, focus groups, entrevistas, etnografía digital y análisis de conversación pública. Variables duras, blandas y emocionales del voto: identidad, ideología, economía, valores, malestar y expectativas. Segmentación geográfica, demográfica, actitudinal, territorial y por intensidad de apoyo. Targeting y microsegmentación: usos estratégicos, límites éticos, privacidad y trazabilidad. Lectura de escenarios, tendencias, indecisos, persuasibles, volatilidad y amenazas emergentes. Taller aplicado: brief de investigación y tablero de evidencia para una campaña.



# MATERIAS Y CONTENIDOS MÍNIMOS

## Investigación electoral, comportamiento del votante y segmentación

Modelos clásicos y contemporáneos del comportamiento electoral: sociológico, psicológico, racional, emocional y retrospectivo. Diseño de investigación electoral: preguntas estratégicas, hipótesis, instrumentos, muestras y calendario de medición. Encuestas, tracking, focus groups, entrevistas, etnografía digital y análisis de conversación pública. Variables duras, blandas y emocionales del voto: identidad, ideología, economía, valores, malestar y expectativas. Segmentación geográfica, demográfica, actitudinal, territorial y por intensidad de apoyo. Targeting y microsegmentación: usos estratégicos, límites éticos, privacidad y trazabilidad. Lectura de escenarios, tendencias, indecisos, persuasibles, volatilidad y amenazas emergentes. Taller aplicado: brief de investigación y tablero de evidencia para una campaña.



## Trabajo Final y Cierre.

Integración conceptual de los módulos comunes y específicos de cada trayecto. Definición del problema, caso o desafío comunicacional a abordar en el trabajo final. Criterios mínimos del proyecto: diagnóstico, objetivos, públicos, estrategia, calendario, indicadores y evaluación. Articulación entre evidencia, narrativa, territorio, canales, vocerías y gestión de riesgos. Presentación ejecutiva: estructura argumental, claridad, priorización y defensa oral.



# TRAYECTO COMBINADO

## Programa Integral en Comunicación Política Estratégica: Gobierno + Campañas

### Doble Diplomatura

El Programa Integral en Comunicación Política Estratégica articula **dos trayectos complementarios**: la Diplomatura en Comunicación de Gobierno 360° y la Diplomatura en Estrategia y Dirección de Campañas Electorales.

La propuesta permite construir una formación completa para comprender, diseñar y conducir estrategias de comunicación tanto en escenarios de gestión pública como en contextos de competencia electoral.

Quienes cursen una de las diplomaturas podrán continuar su formación en la segunda con **reconocimiento de las materias comunes por equivalencia**. Esto significa que los módulos compartidos se cursan una sola vez y se acreditan automáticamente al avanzar hacia el segundo trayecto, facilitando el acceso a una **doble certificación**.

La doble diplomatura **combina dos perfiles** estratégicos: uno orientado a **comunicar gestión**, construir confianza pública, ordenar agendas y anticipar crisis; y otro enfocado en **leer escenarios electorales**, interpretar la opinión pública, diseñar campañas y competir con eficacia en territorios físicos y digitales.

Al cursar las dos diplomaturas, los estudiantes obtienen una **formación integral** en comunicación política.

**Los estudiantes que finalicen la Diplomatura en Estrategia y Dirección de Campañas Electorales podrán acceder a un 70% de descuento en la segunda diplomatura**, o bien optar por un paquete promocional de doble certificación con condiciones especiales de inscripción.

Una formación integral para quienes quieren comunicar gobiernos, dirigir campañas y tomar decisiones estratégicas en escenarios políticos cada vez más complejos.



# COORDINACIÓN ACADÉMICA



## **Mg. Paola Zuban**

Magister en Comunicación Política (U. Austral). Licenciada en Ciencia Política (UCCor). En la actualidad es directora de Zuban Córdoba y Asociados, Es docente e investigadora. Integra el Observatorio de Opinión Pública y Problemáticas Sociales de UNVM, la Red de Politólogas #NoSinMujeres y ALICE.

# CUERPO DOCENTE



## **Mg. Pablo Ariel Cabás**

Doctorando en Política Comparada de la Universidad de Lisboa. Magíster en Políticas Públicas (Austral) y en Gestión Política (UCC) especializado en comunicación gubernamental y de crisis. Licenciado en Ciencia Política (UCC). Docente en la UNAB, UNTREF y UCC. Fue Director de Comunicaciones de la ANSES y Secretario de medios de Tierra del Fuego AIAS. Board Member de la International Political Science Association Research Committee on Political Finance and Political Corruption (RC 20)



## **Mg. Mario Riorda**

Politólogo y activista de la comunicación política. Presidente de la Comisión de la Asociación Latinoamericana de Investigadores en Campañas Electorales (ALICE). Ha participado en más de 140 procesos electorales y asesorado a más de 80 gobiernos de todos los niveles en América Latina. Especializado en gestión de crisis. En los últimos años concentró su mayor actividad académica en la Universidad Austral (Argentina), The George Washington University (EEUU) y el Instituto Universitario de Investigación Ortega y Gasset (España). Conductor y productor de la serie documental "En el nombre del Pueblo". Consultor del BID y director del Estudio "Gobernauta: el perfil de los gobernantes latinoamericanos en las redes sociales". Consultor de IFES (The International Foundation for Electoral Systems) y del CFI (Consejo Federal de Inversiones).



## **Lic. Marisa Haedo**

Publicista. Diseñadora gráfica. Directora de la Agencia Auténtica. Participó en la gestión de imagen de distintos gobiernos nacionales y subnacionales y en campañas de gobierno y electorales. Conferencista y consultora en imagen política.

# CUERPO DE PROFESORES



## **Mg. Gustavo Córdoba**

Magister en Comunicación Política (U. Austral). Licenciado en Ciencia Política (UCCor). En la actualidad es director de Zuban Córdoba y Asociados. Ganador del Victory Awards 2015 Mejor campaña institucional y del FIAP Oso de plata. Mejor campaña gubernamental.



## **Mg. Gabriel Slavinsky**

Psicólogo, consultor y analista político. Licenciado en Psicología de la Universidad de Buenos Aires y Magister en Marketing Político de la Universidad del Salvador. Candidato a Doctor en Comunicación Social por la Universidad Austral. Especialista en campañas electorales, comunicación gubernamental y vasta experiencia en estrategias digitales. Entrenador de dirigentes en oratoria, debate y discurso político. Profesor de posgrado en diversas universidades. Columnista en medios gráficos. Conferencista internacional en el que se destacan seminarios y talleres en España, México, EEUU, Colombia, Chile, Uruguay, Perú, Costa Rica, República Dominicana y Ecuador. Ha escrito tres libros: "100 recomendaciones para dirigentes políticos" en 2023, "Propaganda gubernamental" en 2011 y "Comunicación política y campañas electorales" en 2005.



## **Lic. Esteban Concia**

Licenciado en Comunicación en la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la UN de La Plata. Integró la gestión de la Secretaría General de la Presidencia de la Nación y de ANSES. Fundador y presidente de la Cooperativa Panorama, productora independiente, editora durante seis años de la revista de pensamiento en comunicación, cultura y política nacional y latinoamericana "2010" luego llamada "2016"; cogestión con el sector público también de series audiovisuales para la Televisión Pública Nacional y el sistema de TDA (Televisión Digital Abierta). Gestión de campañas electorales en el Partido Justicialista. Integrante de ALICE (Asociación Latinoamericana de Investigadores en Campañas Electorales).

# CUERPO DE PROFESORES



## Lic. Lucas Malaspina

Co-fundador y Director general en Sustantiva | Data & Estrategia  
Consultor en Comunicación Política Digital, formado en la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (Flacso). Se desempeña como General Manager de la Agencia Scrum. Estrategia en Red. Miembro del Comité Editor de Hipertextos.



## Lic. Tobías Crudelli

Licenciado en Ciencia Política. Director de Comunicación y consultor en campañas locales. Especializado en estrategia digital, comunicación política y construcción de mensajes políticos de impacto en entornos digitales. Ha participado en procesos electorales subnacionales integrando gestión, narrativa y redes sociales.



## Lic. Pablo Knopoff

Politólogo (UADE), Magíster en Análisis, Derecho y Gestión Electoral y Doctor en Ciencia Política (UNSAM). Trabaja desde hace 10 años en consultoría e investigación aplicada con foco en elecciones, partidos políticos, opinión pública, instituciones políticas y democracia. Coordinador General del Observatorio Pulsar. UBA, como Co-Director del Centro de Investigación para la Calidad Democrática (CICaD) y como Consultor Externo en Red Innovación – NDI. Profesor de grado y posgrado (UBA – UTDT). Escribe “La Gente Vota” en Cenital. Tiene dos libros publicados: “Socios, pero no tanto. Partidos y coaliciones en la Argentina, 2003-2015” y “Después del terremoto. El sistema político argentino a 20 años de la crisis del 2001”.

# CUERPO DE PROFESORES



## **Lic. Lara Goyburu**

Politóloga y Directora Ejecutiva de Management & Fit. Con más de dos décadas de experiencia, se especializa en estrategia institucional, asuntos públicos y gobernanza federal. Ha asesorado a organismos como el BID y el PNUD en políticas de sostenibilidad e impacto social. Es Magíster en Ciencia Política (UTDT) y docente titular en la UBA y la UTDT. Como analista política, es una voz referente en medios de comunicación sobre procesos electorales y opinión pública, destacándose por su capacidad para integrar la investigación aplicada con la gestión de stakeholders.



## **Lic. Victoria Sosa Corrales**

Licenciada en Ciencia Política en la Universidad de Buenos Aires (UBA) y asesora profesional de imagen. Directora de contenidos y estrategia digital en Menta Comunicación. Consultora política y asesora de imagen. Especialista en estrategia digital. Docente en distintos cursos y diplomaturas.

# ARANCELES

## Argentina

Consultar por pago único  
y en cuotas

---

## América Latina

Consultar modalidades de pago

---

## Convenios

Consultar convenios para gobiernos  
regionales, provinciales y locales

Consultar también por los convenios para  
organizaciones sociales y sindicales

---

## Descuentos

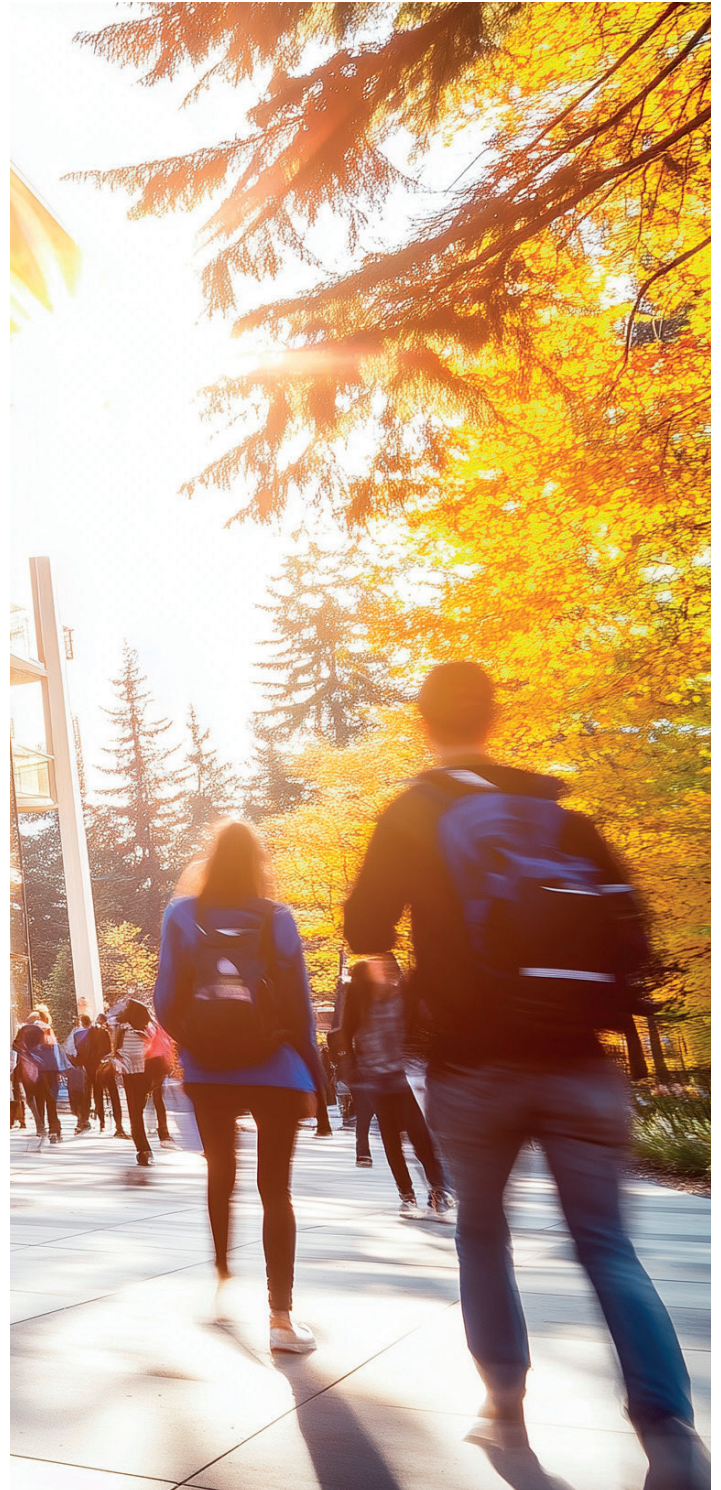
Descuentos del 20% para trabajadores del  
sector público

Descuentos con Asociaciones

S·A·A·P 

ALICE Asociación Latinoamericana  
de Investigadores  
en Campañas Electorales

asacop  
asociación argentina  
de consultores políticos





Secretaría  
de Posgrado

# DI PLO MA TU RAS

**INSCRIPCIÓN E INFO:**  
[www.unab.edu.ar/diplomaturas/](http://www.unab.edu.ar/diplomaturas/)