

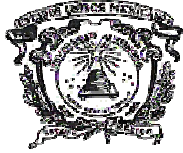
**Universidad Autónoma del Estado de México
Secretaría de Docencia
Facultad de Ciencias Políticas y Administración Pública**



Programa de Estudio por Competencias

1. IDENTIFICACIÓN DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

| | | | | | | | |
|--|------------------------|--|-----------------------|-----------------|---|---|----------------------------|
| ESPACIO ACADÉMICO : | | | | | | | |
| Facultad de Ciencias Políticas y Administración Pública | | | | | | | |
| PROGRAMA EDUCATIVO: | | | | | Área de docencia: | | |
| Licenciatura en Ciencias Políticas y Administración Pública Licenciatura en Comunicación | | | | | | | |
| Aprobación por los H.H. Consejos Académico y de Gobierno | | | Fecha: | | Programa elaborado por: | | |
| | | | | | Lic. Guillermo Legorreta Martínez | | |
| Nombre de la Unidad de Aprendizaje: | | | | | | Fecha de elaboración: | |
| Investigación y planeación estratégica de campañas | | | | | | 28/oct/2005 | |
| Clave | Horas de teoría | Horas de práctica | Total de horas | Créditos | Tipo de Unidad de Aprendizaje | Carácter de la Unidad de Aprendizaje | Núcleo de formación |
| L42857 | 4 | 0 | 4 | 8 | Curso | Optativa | Integral |
| Prerrequisitos: | | Unidad de Aprendizaje Antecedente | | | Unidad de Aprendizaje Consecuente: | | |
| Conocimientos básicos sobre técnicas de investigación cualitativa y cuantitativa, metodología para el análisis de las estadísticas electorales y sistemas de información de tecnología aplicada. | | Ninguna | | | Ninguna | | |
| Programas académicos en los que se imparte: | | | | | | | |
| Licenciatura en Ciencias Políticas y Administración Pública, Licenciatura en Comunicación | | | | | | | |

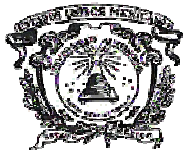


III. NORMAS DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

| DEL PROFESOR | DEL ALUMNO |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none">• Cubrir el programa en su totalidad.• Asistencia al 100% de las sesiones.• Enunciar las políticas generales del curso y el procedimiento de evaluación desde la primera sesión del curso.• Promover el aprendizaje colaborativo y organizar el trabajo en equipo.• Promover el respeto y la tolerancia en el grupo | <ul style="list-style-type: none">• Asistir al menos al 80% de las sesiones del curso.• Puntualidad. Tolerancia máxima para asistencia de 010 minutos después de la hora de inicio de la sesión.• Entregar en las fechas programadas las tareas y producciones indicadas en el programa.• Corrección gramatical en los trabajos escritos.• Leer con anticipación la documentación indicada en el programa.• Disposición para el trabajo en equipo.• Participar con respeto y tolerancia en todas las actividades del curso. |

IV. PROPÓSITO GENERAL

Conocer los diferentes métodos y técnicas de investigación estratégica y sociopolítica.



Universidad Autónoma del Estado de México
Secretaría de Docencia
Facultad de Ciencias Políticas y Administración Pública



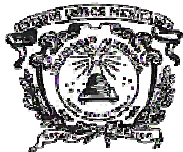
V. COMPETENCIAS GENÉRICAS

- Capacidad para entender y diferenciar el ámbito disciplinario profesional de las Ciencias Sociales y la Administración Pública.
- Capacidad para conocer, conceptualizar y emplear principios, postulados, leyes, métodos y técnicas fundamentales del quehacer científico.
- Capacidad para conocer, entender, analizar y aplicar los fundamentos de la filosofía y de la teoría políticas, y así tener una visión totalizadora de la realidad que posibilite comprender la dinámica del ejercicio del poder político; así como contar con la capacidad de examinar los fenómenos políticos en México y en el mundo.
- Capacidad para comprender y distinguir el ámbito disciplinario profesional de las Ciencias de la Comunicación vinculadas a los procesos de comunicación social, audiovisual y político.
- Capacidad para analizar los principales fenómenos sociales, culturales, económicos y políticos que inciden en el entorno regional, local, nacional e internacional desde una perspectiva que los comprenda como procesos comunicativos tanto mediáticos como no mediáticos.
- Capacidad para generar, fomentar y estimular la creatividad.
- Capacidad y aptitud para la toma de decisiones.
- Capacidad para desarrollar trabajo en equipos y grupos colaborativos.
- Capacidad para la integración y desarrollo de cualidades personales y de la comunicación.
- Capacidad y habilidades de liderazgo.

VI. ÁMBITOS DE DESEMPEÑO

El egresado de la Licenciatura en Ciencias Políticas y Administración Pública de la Universidad Autónoma del Estado de México podrá desempeñarse laboralmente en instituciones del gobierno federal, estatal o municipal, en partidos políticos, en organizaciones no gubernamentales, organizaciones civiles, organizaciones internacionales, en instituciones de educación superior como analista, consultor, catedrático, investigador entre otras, así como en el campo práctico de la política y la administración pública en los tres niveles de gobierno: federal, estatal y municipal.

El egresado de la Licenciatura en Comunicación de la Universidad Autónoma del Estado de México podrá desempeñarse laboralmente en su ámbito científico-social, relacionada concretamente con la antropología y la sociología de la comunicación y los procesos de cambios sociales. En lo político, podrá desempeñarse en áreas de comunicación social, gestión, prospectiva, análisis de discurso, etc. Y en su acción original, podrá laborar en los medios con todos los cambios e innovaciones propuestos en término de lenguaje, de nuevas tecnologías, de receptores cambiantes y cada vez más diversificados. Podrá encontrar otras perspectivas laborales, además de las ya tradicionales, más relacionadas con la creatividad, la visión de empresa, de consultor de especialista.

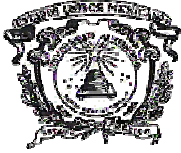


VIII. ESTRUCTURA DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

SECUENCIA DIDÁCTICA

| | |
|--|---|
| <p>Conocer los mecanismos de formación de la opinión pública, con fundamento en el estudio del entorno social mexicano, a fin de diseñar y desarrollar campañas políticas exitosas en sistemas democráticos.</p> | <pre>graph TD; A([Investigación y planeación estratégica de campañas]) --> B([Dinámica social y opinión pública]); B --> C([Investigación y análisis político cuantitativo]); B --> D([Investigación y análisis político cualitativo]); C --> E([Planeación política estratégica]); D --> E; E --> F([Casos exitosos electorales y gubernamentales]);</pre> |
| <p>Conocer las técnicas de investigación cuantitativa utilizadas en sistemas políticos democráticos, con el fin de aplicarlas en campañas políticas electorales y de gobierno.</p> | |
| <p>Conocer las técnicas de investigación cualitativa utilizadas en sistemas políticos democráticos, con el fin de aplicarlas en campañas políticas electorales y de gobierno.</p> | |
| <p>Comprender el planteamiento político estratégico, con le fin de implementarlo en la administración de campañas político electorales y el ejercicio de gobiernos democráticos.</p> | |

Casos exitosos electorales y gubernamentales



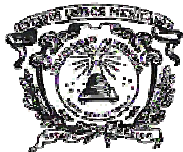
Universidad Autónoma del Estado de México
Secretaría de Docencia
Facultad de Ciencias Políticas y Administración Pública



| | |
|---|--|
| Conocer los casos de éxito en el planteamiento político estratégico para utilizarlos en la administración de campañas electorales y el ejercicio de gobiernos democráticos. | |
|---|--|

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

| Unidad de Competencia I | | | | |
|--------------------------------|---|--|--|--------------|
| Semana | Actividades Clase | Actividades Extra clase | Evidencia de desempeño | Horas |
| 1 | Dinámica social <ul style="list-style-type: none"> • Valores y actitudes ciudadanas • Conductas, personalidad y percepciones ciudadanas • Motivaciones y expectativas | Recopilación de información para elaboración de ensayo | Elaboración de un ensayo crítico sobre el tema | 3 |
| 1/2 | <ul style="list-style-type: none"> • Sistema político mexicano <ul style="list-style-type: none"> ○ Partidos políticos ○ Instituciones públicas ○ Actores y grupos de presión • Entorno internacional | | | 2 |
| 2 | <ul style="list-style-type: none"> • Diversificación social • Cultura y política • Grupos de interés | | | 2 |
| 2/3 | Opinión Pública <ul style="list-style-type: none"> • Concepto y formación de la opinión pública | | | 2 |



Universidad Autónoma del Estado de México
Secretaría de Docencia
Facultad de Ciencias Políticas y Administración Pública



| | | | | |
|-----|---|--|--|---|
| 3 | <ul style="list-style-type: none"> • Sistema de creencias, ideología e información. | | | 2 |
| 3/4 | <ul style="list-style-type: none"> • Comportamiento electoral y popularidad <ul style="list-style-type: none"> ○ Sociológico ○ Racional ○ Psicológico ○ Descriptivo | | | 3 |
| 4 | <ul style="list-style-type: none"> • Campañas políticas, medios de comunicación y generación de opiniones. | | | 2 |

| Unidad de Competencia II | | | | |
|---------------------------------|---|--|--------------------------------|-------|
| Semana | Actividades Clase | Actividades Extra clase | Evidencia de desempeño | Horas |
| 5 | <ul style="list-style-type: none"> • Tipos de investigación política cuantitativa <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Encuestas de opinión pública <input type="checkbox"/> Estudios demográficos <input type="checkbox"/> Estudios electorales | Selección y preparación de un tema a defender en un debate | Exposición del tema a defender | 3 |
| 5/6 | <ul style="list-style-type: none"> • Planeación <ul style="list-style-type: none"> ○ Homogeneidad/heterogeneidad social ○ Diseño de la muestra ○ Diseño del cuestionario ○ Piloteo ○ Control de cambios | | | 2 |
| 6 | <ul style="list-style-type: none"> • Implementación <ul style="list-style-type: none"> ○ Georeferenciación ○ Logística y distribución ○ Supervisión y control de procesos | | | 2 |



Universidad Autónoma del Estado de México
Secretaría de Docencia
Facultad de Ciencias Políticas y Administración Pública



| | | | | |
|-----|---|--|--|---|
| 6/7 | <ul style="list-style-type: none"> • Sistematización <ul style="list-style-type: none"> ○ Agrupamiento y codificación ○ Bases de datos | | | 2 |
| 7/8 | <ul style="list-style-type: none"> • Análisis político <ul style="list-style-type: none"> ○ Análisis descriptivo ○ Análisis estadístico ○ Interpretación de resultados | | | 3 |
| 8 | <ul style="list-style-type: none"> □ Planteamiento estratégico | | | 2 |

| Unidad de Competencia III | | | | |
|----------------------------------|---|-------------------------|------------------------|-------|
| Semana | Actividades Clase | Actividades Extra clase | Evidencia de desempeño | Horas |
| 9 | <ul style="list-style-type: none"> • Grupos de enfoque Planeación, Implementación | | | 2 |
| 9 | Sistematización | | | 2 |
| 10 | Análisis | | | 2 |
| 10/11 | <ul style="list-style-type: none"> • Medios informativos | | | 3 |
| 11 | <ul style="list-style-type: none"> • Estudios antropológicos | | | 2 |



Universidad Autónoma del Estado de México
Secretaría de Docencia
Facultad de Ciencias Políticas y Administración Pública



| | | | | |
|--------------|--|--|--|----------|
| 11/12 | <ul style="list-style-type: none"> • Inteligencia política <ul style="list-style-type: none"> ○ Planeación ○ Implementación ○ Sistematización • Análisis político y de contenido | | | 3 |
|--------------|--|--|--|----------|

| Unidad de Competencia IV | | | | |
|---------------------------------|---|--|--------------------------------|--------------|
| Semana | Actividades Clase | Actividades Extra clase | Evidencia de desempeño | Horas |
| 12 | <ul style="list-style-type: none"> • Planeación estratégica Conceptualización | Selección y preparación de un tema a defender en un debate | Exposición del tema a defender | 2 |
| 13 | Desarrollo | | | 2 |
| 13 | <ul style="list-style-type: none"> • Premisas políticas • Objetivos políticos | | | 2 |
| 14 | <ul style="list-style-type: none"> • Análisis, investigación y diagnóstico político | | | 2 |

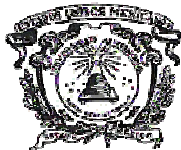


Universidad Autónoma del Estado de México
Secretaría de Docencia
Facultad de Ciencias Políticas y Administración Pública



| | | | | |
|----|--|--|--|---|
| 14 | <ul style="list-style-type: none"> • Posicionamiento y definición de grupos meta | | | 2 |
| 15 | <ul style="list-style-type: none"> • Mensaje y temas políticos • Estrategia y tácticas políticas | | | 2 |
| 15 | <ul style="list-style-type: none"> • Organización y programación <p>Presupuestación y financiamiento</p> | | | 2 |

| Unidad de Competencia V | | | | |
|--------------------------------|--|--|---|-------|
| Semana | Actividades Clase | Actividades Extra clase | Evidencia de desempeño | Horas |
| 16/17 | <ul style="list-style-type: none"> • Casos exitosos electorales y gubernamentales • Cathy Allen. Taking back politics • Mario Martínez y Roberto Salcedo. Plan de Campaña. | Preparación y recopilación de información para el proyecto | Presentación del proyecto de la Producción Creativa | 3 |
| 17 | <ul style="list-style-type: none"> • Partido Republicano. Plan de Campaña. • Dick Morris. The New Prince. | | | 3 |



Universidad Autónoma del Estado de México
Secretaría de Docencia
Facultad de Ciencias Políticas y Administración Pública



| UNIDAD DE COMPETENCIA I | ELEMENTOS DE COMPETENCIA | | | |
|--|---|---|---|---|
| | Conocimientos | Habilidades | Actitudes | Valores |
| <p>Conocer los mecanismos de formación de la opinión pública, con fundamento en el estudio del entorno social mexicano, a fin de diseñar y desarrollar campañas políticas exitosas en sistemas democráticos.</p> | <p>Dinámica social</p> <ul style="list-style-type: none"> • Valores y actitudes ciudadanas • Conductas, personalidad y percepciones ciudadanas • Motivaciones y expectativas • Sistema político mexicano <ul style="list-style-type: none"> ○ Partidos políticos ○ Instituciones públicas ○ Actores y grupos de presión • Entorno internacional • Diversificación social • Cultura y política • Grupos de interés <p>Opinión Pública</p> <ul style="list-style-type: none"> • Concepto y formación de la opinión pública • Sistema de creencias, ideología e información. • Comportamiento electoral y popularidad <ul style="list-style-type: none"> ○ Sociológico ○ Racional ○ Psicológico ○ Descriptivo • Campañas políticas, medios de comunicación y generación de opiniones. | <ul style="list-style-type: none"> • Creatividad • Trabajo en equipo • Capacidad de análisis • Toma de decisiones | <ul style="list-style-type: none"> • Iniciativa • Participación • Respeto • Ética | <ul style="list-style-type: none"> • Justicia • Responsabilidad • Honestidad |
| <p>Estrategias Didácticas Lecturas, pláticas, clases teóricas, autoestudio, estudio de casos, etc.</p> | | <p>RECURSOS REQUERIDOS Pc, cañón</p> | <p>TIEMPO DESTINADO 16 horas clase 8 horas extraclase</p> | |

| EVIDENCIAS | | |
|------------|------------------------|---|
| PRODUCTOS | CRITERIOS DE DESEMPEÑO | PONDERACIÓN DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE |
| | | |

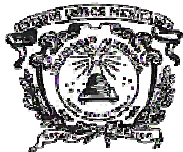


Universidad Autónoma del Estado de México
Secretaría de Docencia
Facultad de Ciencias Políticas y Administración Pública



| | | |
|--|---|-------------------|
| Elaboración de un ensayo crítico sobre el tema | Informe escrito de 10 cuartillas en formato PIIDPCB | 100% de la unidad |
|--|---|-------------------|

| UNIDAD DE COMPETENCIA II | ELEMENTOS DE COMPETENCIA | | | |
|--|---|---|---|---|
| | Conocimientos | Habilidades | Actitudes | Valores |
| <p>Conocer las técnicas de investigación cuantitativa utilizadas en sistemas políticos democráticos, con el fin de aplicarlas en campañas políticas electorales y de gobierno.</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Tipos de investigación política cuantitativa <ul style="list-style-type: none"> □ Encuestas de opinión pública □ Estudios demográficos □ Estudios electorales • Planeación <ul style="list-style-type: none"> ○ Homogeneidad/heterogeneidad social ○ Diseño de la muestra ○ Diseño del cuestionario ○ Piloteo ○ Control de cambios • Implementación <ul style="list-style-type: none"> ○ Georeferenciación ○ Logística y distribución ○ Supervisión y control de procesos • Sistematización <ul style="list-style-type: none"> ○ Agrupamiento y codificación ○ Bases de datos • Análisis político <ul style="list-style-type: none"> ○ Análisis descriptivo ○ Análisis estadístico ○ Interpretación de resultados ○ Planteamiento estratégico | <ul style="list-style-type: none"> • Creatividad • Trabajo en equipo • Capacidad de análisis • Toma de decisiones | <ul style="list-style-type: none"> • Iniciativa • Participación • Respeto • Ética | <ul style="list-style-type: none"> • Justicia • Responsabilidad • Honestidad |
| <p>Estrategias Didácticas Lecturas, pláticas, clases teóricas, autoestudio, estudio de casos, etc.</p> | <p>RECURSOS REQUERIDOS Pc, cañón</p> | | <p>TIEMPO DESTINADO 14 horas clase 7 horas extraclase</p> | |



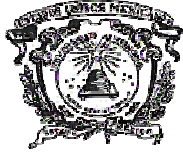
Universidad Autónoma del Estado de México
Secretaría de Docencia
Facultad de Ciencias Políticas y Administración Pública



| EVIDENCIAS | | |
|-------------------|---|--|
| PRODUCTOS | CRITERIOS DE DESEMPEÑO | PONDERACIÓN DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE |
| Debate | Habilidad para la presentación y defensa temática | 100% de la unidad |

| UNIDAD DE COMPETENCIA III | ELEMENTOS DE COMPETENCIA | | | |
|--|---|---|---|---|
| | Conocimientos | Habilidades | Actitudes | Valores |
| Conocer las técnicas de investigación cualitativa utilizadas en sistemas políticos democráticos, con el fin de aplicarlas en campañas políticas electorales y de gobierno. | <ul style="list-style-type: none"> • Grupos de enfoque • Medios informativos • Estudios antropológicos • Inteligencia política <ul style="list-style-type: none"> ○ Planeación ○ Implementación ○ Sistematización ○ Análisis político y de contenido | <ul style="list-style-type: none"> • Creatividad • Trabajo en equipo • Capacidad de análisis • Toma de decisiones | <ul style="list-style-type: none"> • Iniciativa • Participación • Respeto • Etica | <ul style="list-style-type: none"> • Justicia • Responsabilidad • Honestidad |
| Estrategias Didácticas Lecturas, pláticas, clases teóricas, autoestudio, estudio de casos, etc. | | RECURSOS REQUERIDOS Pc, cañón | TIEMPO DESTINADO 14 horas clase 7 horas extraclase | |

| EVIDENCIAS | | |
|---------------------------------------|---|--|
| PRODUCTOS | CRITERIOS DE DESEMPEÑO | PONDERACIÓN DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE |
| Resolución de un cuestionario general | Corrección mínima del 80% en las respuestas | 100% de la unidad |

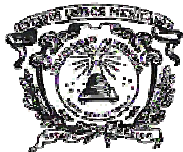


Universidad Autónoma del Estado de México
Secretaría de Docencia
Facultad de Ciencias Políticas y Administración Pública



| UNIDAD DE COMPETENCIA IV | ELEMENTOS DE COMPETENCIA | | | |
|--|---|---|---|---|
| | Conocimientos | Habilidades | Actitudes | Valores |
| Comprender el planteamiento político estratégico, con el fin de implementarlo en la administración de campañas políticas electorales y el ejercicio de gobiernos democráticos. | <ul style="list-style-type: none"> • Planeación estratégica • Premisas políticas • Objetivos políticos • Análisis, investigación y diagnóstico político • Posicionamiento y definición de grupos meta • Mensaje y temas políticos • Estrategia y tácticas políticas • Organización y programación • Presupuestación y financiamiento | <ul style="list-style-type: none"> • Creatividad • Trabajo en equipo • Capacidad de análisis • Toma de decisiones | <ul style="list-style-type: none"> • Iniciativa • Participación • Respeto • Ética | <ul style="list-style-type: none"> • Justicia • Responsabilidad • Honestidad |
| Estrategias Didácticas Lecturas, pláticas, clases teóricas, autoestudio, estudio de casos, etc. | | RECURSOS REQUERIDOS Pc, cañón | TIEMPO DESTINADO 14 horas clase 7 horas extraclase | |

| EVIDENCIAS | | |
|------------|---|---|
| PRODUCTOS | CRITERIOS DE DESEMPEÑO | PONDERACIÓN DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE |
| Debate | Habilidad para la presentación y defensa temática | 100% de la unidad |



Universidad Autónoma del Estado de México
Secretaría de Docencia
Facultad de Ciencias Políticas y Administración Pública



| UNIDAD DE COMPETENCIA V | ELEMENTOS DE COMPETENCIA | | | |
|---|---|---|---|---|
| | Conocimientos | Habilidades | Actitudes | Valores |
| Conocer los casos de éxito en el planteamiento político estratégico para utilizarlos en la administración de campañas electorales y el ejercicio de gobiernos democráticos. | <ul style="list-style-type: none"> • Casos exitosos electorales y gubernamentales • Cathy Allen. Taking back politics • Mario Martínez y Roberto Salcedo. Plan de Campaña. • Partido Republicano. Plan de Campaña. • Dick Morris. The New Prince. | <ul style="list-style-type: none"> • Creatividad • Trabajo en equipo • Capacidad de análisis • Toma de decisiones | <ul style="list-style-type: none"> • Iniciativa • Participación • Respeto • Etica | <ul style="list-style-type: none"> • Justicia • Responsabilidad • Honestidad |
| Estrategias Didácticas Lecturas, pláticas, clases teóricas, autoestudio, estudio de casos, etc. | | RECURSOS REQUERIDOS Pc, cañón | TIEMPO DESTINADO 14 horas clase 7 horas extraclase | |

| EVIDENCIAS | | |
|---------------------------------------|---|---|
| PRODUCTOS | CRITERIOS DE DESEMPEÑO | PONDERACIÓN DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE |
| Producción creativa | Presentación del proyecto generado | 70% de la unidad |
| Resolución de un cuestionario general | Corrección mínima del 80% en las respuestas | 30% de la unidad |



IX. EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN

| CADA UNIDAD DE COMPETENCIA TIENE UN VALOR DE 25 PUNTOS PORCENTUALES, QUE SERÁN EVALUADOS COMO SIGUE: | | | |
|--|--|------------|-------|
| UNIDAD DE COMPETENCIA | PRODUCTO | PORCENTAJE | TOTAL |
| I | Elaboración de un ensayo crítico sobre el tema | 100% | 20% |
| II | Debate | 100% | 20% |
| III | Resolución de un cuestionario general | 100% | 20% |
| IV | Debate | 100% | 20% |
| V | Producción creativa | 70% | 20% |
| | Resolución de un cuestionario general | 30% | |
| | | | 100% |
| LA ACREDITACIÓN SE HARÁ SUMANDO LOS PORCENTAJES OBTENIDOS EN CADA UNIDAD DE COMPETENCIA. EL PORCENTAJE MÍNIMO PARA ACREDITAR EL CURSO ES DE 60%. | | | |



Universidad Autónoma del Estado de México
Secretaría de Docencia
Facultad de Ciencias Políticas y Administración Pública



X. BIBLIOGRAFÍA

| TÍTULO | UNIDAD DE COMPETENCIA | CLASIFICACIÓN |
|--|------------------------------|----------------------|
| ¿Por qué hacemos lo que hacemos?. Worcester, Robert. Este país tendencias y opiniones, revista mensual numero 72 marzo 1997. | I | |
| ¿Quién ocupa el centro ideológico en México?. Worcester, Robert. Este país tendencias y opiniones, revista mensual numero 71 febrero 1997. | I | |
| Almond y Verba. The civil culture, 1963 Princeton University Press. | I | |
| Brophy-Baermann, Michelle. Economics and elections. | I | |
| Gottfried Marélenlos, Ernst. Medios de Comunicación, democracia y poder. Argentina, Honrad-Adenauer-Stiftung 1995 pag. 75-101. | I | |
| Reflexiones sobre la opinión y la política públicas. Worcester, Robert. Este país tendencias y opiniones, revista mensual junio 1994 | I | |
| Herbst, Susan. Reading public opinion: how political actors view the Democratic Process. The University of Chicago Press. | I, | |
| “Election results analysis. Targeting voters for political communication based upon their past voting habits”. Murphine, Ralph. Diplmado en Gerencia de Campañas políticas. Universidad Iberoamericana México 2000. | I, II, III | |
| King, Gary; Keohane, Robert. Designing Social inquiry. Princeton University Press. Princeton, New Jersey | I, II, III | |
| “Estrategia en Comunicación Política”. Murphine, Ralph. Curso práctico de marketing político electoral, Centro Interamericano de Gerencia Política, Miami julio 2002. | I, V | |
| Popkin, Samuel L. The reasoning voter. Communication and persuasion in presidential campaigns. Chicago University Press 1991. | I, V | |
| “¿Quién votó por cuál partido y por qué?”. Madrazo, Julio y Diana Owen. Nexos, octubre 1994 pag. 20-23. | I,II | |
| “Las motivaciones del comportamiento electoral capitalino”. Peschard, Jacqueline. Ed. Porrúa, Cultura, política y educación cívica, Centro de Investigaciones interdisciplinarias en Humanidades, UNAM 1994, pag. 21-59. | I,II | |



Universidad Autónoma del Estado de México
Secretaría de Docencia
Facultad de Ciencias Políticas y Administración Pública



| TÍTULO | UNIDAD DE COMPETENCIA | CLASIFICACIÓN |
|--|------------------------------|----------------------|
| Pérez, Lavarado y Sánchez. La voz de los votos: un análisis crítico de las elecciones de 1994. Ed. Porrúa-Flacso, México 1995. | I,II | |
| Modulo III Estrategias y Procesos Electorales, Diplomado en Gerencia de Campañas Políticas. Universidad Iberoamericana. México 2000. | I,II,III, V | |
| Splaine Jim, Pam and John. Politics, communicating a message. Publigráficos, S.A. Traducción: Ortiz Staines Manuel 1ª edición en español 1992. | I,V | |
| “La investigación en el mercado político”. Roy Campos Ezquerria. Curso taller en campañas político electorales, México 2002. | II | |
| “Métodos cuantitativos en el análisis de coyuntura”. Peredo Rodríguez, Felipe. Universidad Nacional Autónoma de México. México 1999. | II | |
| Aguirre, Alejandro. El análisis demográfico. Métodos resultados aplicaciones. Fondo de Cultura Económica, México | II | |
| Autores varios. Métodos estadísticos para estudios por encuesta utilizando el paquete SPSS versión 7.5. Universidad Autónoma Metropolitana, México 1998 | II | |
| “La Campaña Electoral y los estudios de opinión”. Haime, Hugo. Curso práctico de marketing político electoral, Centro Interamericano de Gerencia Política, Miami julio 2002. | II, III | |
| “Public opinion survey research for political communication”. Murphine, Ralph. Diplmado en Gerencia de Campañas políticas. Universidad Iberoamericana México 2000. | II, III | |
| Duran, Jaime; Nieto, Santiago. Las investigaciones en las campañas electorales. Seminario internacional sobre estrategia de campañas políticas, Washington D.C. 2002. | II, III | |
| Floyd J. Fowler, Jr. Improving survey questions: design and evaluation. SAGE publications. International Educational and Professional Publisher | II, III | |
| McIver, John; Carmines, Edward. Unidimensional Scaling SAGE publications, The international professional publisher, Indiana University | II, III | |
| “Encuestas y democracia: opinión pública y apertura política en México”. Ai Camp, Roderck. Seminario internacional de marketing político, Universidad Iberoamericana, México 2003. | II,III | |
| “Investigación de opinión pública”. Carlos Fara Asociados. Seminario Internacional de Marketing Político, ITESM, Campus Edo. De México 2000. | II,III | |
| “La investigación en el mercado político”. Campos Ezquerria, Roy. Seminario Internacional de Marketing Político, ITESM, Campus Edo. De México 2000. | II,III | |



Universidad Autónoma del Estado de México
Secretaría de Docencia
Facultad de Ciencias Políticas y Administración Pública



| TÍTULO | UNIDAD DE COMPETENCIA | CLASIFICACIÓN |
|--|------------------------------|----------------------|
| “Research for political communication”. Murphine, Ralph. Diplomado en Gerencia de Campañas políticas. Universidad Iberoamericana México 2000. | III, IV, V | |
| “Nuevas corrientes de la planeación estratégica”. Universidad Iberoamericana. Documento impreso. | IV | |
| “Planeación Estratégica de Campaña”. Roy Campos Ezquerria. Curso taller en campañas político electorales, México 2002. | IV | |
| Friedenberg, Robert. Communication consultant in political campaigns. Praeger Series in political Communication. Connecticut. | IV, V | |
| Morris, Dick. The new Prince. Renaissance Books. LA. | IV, V | |
| Sosa Plata, José Antonio. Información Política: enfoque analítico y perspectiva estratégica, cuadernos de orientación metodológica 2. México, IFE 1ª edición septiembre de 1998. | IV, V | |