

RESOLUCION N° 412/09
EXPEDIENTE N° 6.196/09
Salta, 27 de Mayo de 2.009

VISTO: La nota presentada por el Lic. Adrián Dib Chagra, Profesor regular titular de la cátedra Comercialización I y II, mediante la cual propone el dictado del Seminario de Actualización sobre el tema: "EL MARKETING POLITICO", para la carrera de Licenciatura en Administración plan de estudios 2.003, y;

CONSIDERANDO:

Que la Resolución Nro. N° 399/07 de esta Facultad, mediante las cuales se establecen normas para la realización del Seminario de Actualización, plan de estudios 2003.

Que el dictamen de la Comisión de Docencia de fs. 5 del expediente de referencia.

Lo dispuesto por las Res. N° 420/00 y modificatoria N° 718/02 mediante la cual el Consejo Directivo delega al señor Decano la resolución de aprobación, entre otro, de los Seminarios de Actualización.

Por ello, en uso de las atribuciones que le son propias.

**EL VICE - DECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS
JURIDICAS Y SOCIALES
RESUELVE:**

ARTICULO N° 1.- APROBAR la propuesta presentada por el Lic. Adrián Dib Chagra, Profesor Regular Titular de la Cátedra de Comercialización I y II, para la realización del Seminario de Actualización sobre el tema: "EL MARKETING POLITICO", para los alumnos de la carrera de Licenciatura en Administración, plan de estudios 2.003, cuyas especificaciones obran como Anexo I de la presente resolución.

ARTICULO N° 2.- DE FORMA.-

nv/ndc

ee


DR. ESTEBAN TRUNINGER de LORE
VICE-DECANO




DR. CARLOS GUILLERMO REVILLA
VICE-DECANO

ANEXO I – (Res. 412/09)

Seminario de Actualización

EL MARKETING POLITICO

Fundamentos

La necesidad de conocer el concepto, el origen, la evolución, la utilidad, las herramientas y los aspectos cuestionados del marketing político, en aras de utilizarlos para la comprensión y el análisis crítico de las campañas electorales pasadas, presentes y futuras y como base para la profundización posterior en el estudio de la disciplina.

Contenidos

Naturaleza, origen y evolución del marketing político. Métodos para conocer al electorado. Objetivos electorales. Blancos prioritarios. Terreno y temas de la campaña. Modelos de comportamiento electoral. Los medios de difusión. La dirección de la campaña. Los equipos de producción, medios y acción sobre el terreno. Modulaciones, evaluación y control de campaña. Análisis de campañas políticas nacionales e internacionales

Bibliografía

- “Manual de Marketing Político”, Luis Costa Bonino, www.costabonino.com/manual.htm
- “Como se vende un candidato. Un siglo de campañas políticas en la Argentina”, Alberto Borrini, La Crujía Ediciones, 2º edición, Buenos Aires, 2.005.
- “Los Creadores de Consumo”, Eric Clark, Editorial Sudamericana, Buenos Aires, 1.988
- “Historias de Marketing”, Adrián Dib Chagra, Ediciones Macchi, Buenos Aires, 2.007.

Carga horaria y fecha de dictado: Seis horas, distribuidas en dos sesiones de tres horas cada una, los días miércoles 27 y viernes 29 de mayo de 2.009, desde las 18.

Docente a cargo: Lic. Adrián Dib Chagra

Destinatarios : Alumnos del plan de estudios 2.003 de la Licenciatura en Administración, con Comercialización I aprobada.

Sistema de dictado:

Clases magistrales con ilustraciones en Power Point y proyección del C-DR del libro “Como se vende un candidato. Un siglo de campañas políticas en Argentina”.

Evaluación: Aprobación con asistencia a las dos clases previstas en el programa y superación del un examen escrito sobre los contenidos del curso.-

