



POSTGRAU EN COMUNICACIÓ POLÍTICA I INSTITUCIONAL

Director: Gabriel Colomé

Postgrau professional de la Universitat Autònoma de Barcelona, que es cursa com estudi contingut dins el Màster de Marketing Polític.

Missió

El Postgrau està destinat a formar a futurs professionals de la consultoria i comunicació política, a partir d'eines teòriques i pràctiques.

La missió del programa és aconseguir que els professionals formats en aquesta disciplina estiguin plenament preparats per a cobrir les necessitats que exigeix la pràctica de la política, tant a nivell personal com en formació política, que veu en l'externalització de l'Assessoria i Comunicació Política, fins ara gestionades des dels centres polítics, el camí per a la professionalització de la funció política.

Visió

Al Postgrau conflueixen acadèmics de diverses Universitats i països; consultors de destacat renom, i professionals en exercici, tant de tots els partits polítics –que amb les seves diferents orientacions ideològiques enriqueixen el versàtil camp de la política pràctica l'anàlisi polític- com dels professionals institucionals que posen tots els seus coneixements a disposició dels qui desitgen formar-se per a liderar o assessorar líders.

Valors

El postgrau ofereix una preparació específica en campanyes, comunicació política i govern relacional. S'adreça a llicenciats en ciències polítiques, sociologia, ciències de la informació i ciències socials, així com a professionals en exercici que vulgui adquirir competències per desenvolupar la seva activitat dins el camp de l'assessoria política.



Programa

El programa s'estructura en tres grans blocs temàtics, amb un total de set seccions específiques:

Comunicació

- **Organització de la comunicació**
 - Actituds, contextos d'expressió i comunicació
 - Comunicació de Crisi
 - Gabinetes de comunicació
 - Organització dels gabinets de comunicació
- **Discurs polític**
 - Premsa, partits i política
 - Construir un discurs Taller
 - Oratòria política Taller
 - Tàctiques de comunicació i persuasió
- **Política i mitjans de comunicació**
 - Mitjans de Comunicació Tradicionals
 - Estratègies Polítiques
 - Política i mitjans de comunicació
 - Actuar a televisió Taller
 - Community Management

Campanyes

- **Campanyes**
 - Campanyes americanes
 - Programa electoral, "temes" i pla de campanya
 - Political Branding
 - Estratègia i comunicació Taller
 - Direcció de campanyes Taller
 - Mid-Term Elections USA
 - Anàlisi de campanyes Taller
- **Política i imatge**
 - La imatge dels candidats polítics com a estratègia electoral
 - Disseny electoral
 - Els 100 primers dies
 - Publicitat política: les imatges de la política Taller
 - La nova manera de fer política I i II



Institucional

- **Govern relacional**
 - Estratègies de coalicions Taller
 - Direcció pública
 - Govern relacional
 - Lideratge i Govern Re[D]lacional
 - Procés de presa de decisions
- **Gestió de la comunicació en el govern**
 - Plans de comunicació local Taller
 - Marketing de confiança Taller
 - E-govern
 - Participació
 - Govern obert
 - Visita al Parlament de Catalunya / Relacions Govern-Parlament
 - La política com a projecte i com a gestió: notes d'una experiència

El curs és bilingüe i s'utilitzarà l'idioma que el professorat consideri més convenient per al normal desenvolupament de les sessions, perquè la totalitat de l'alumnat compreguin les explicacions.
Els Mòduls al començament dels quals incorporin alumnes estrangers, s'impartiran obligatòriament en castellà.



MÒDUL COMUNICACIÓ

Organització de la comunicació

■ Actituds, contextos d'expressió i comunicació

Des de la perspectiva de la psicologia social es pretén tractar l'estabilitat de les actituds (actituds cristall/actituds líquid) donant especial èmfasis al paper del posicionament contextual de l'interlocutor. Per això, en primer lloc s'estudiaran els contextos d'expressió i les seves implicacions discursives, tant en situacions interpersonals com en col·lectives, i els seus efectes en les enquestes. En segon lloc s'analitzaran els biaixos perceptius en la comunicació i la seva influència específica en la comunicació política.

Docent: Francisco Elejabarrieta

Doctor en Psicologia Social per la UAB. Professor titular de Psicologia Social a la Universitat Autònoma de Barcelona

■ Comunicació de crisi

Qualsevol organització pot patir contratemps que, mal gestionats, derivin en una crisi comunicativa i d'imatge. No obstant això, una bona previsió pot aconseguir que la nostra institució surti el menys danyada d'un context desfavorable. El taller abordarà de manera molt dinàmica i pràctica la gestió de la comunicació en situacions de crisi: qui ha de parlar, de quina manera, a qui, què ha de dir, com ha de fluir la informació internament i externament... Els alumnes aprendran les característiques d'un bon portaveu, així com les claus per donar solucions ràpides a problemes sobtats.

Docents: Sandra Bravo

Sandra Bravo és periodista i màster en màrqueting polític. Té experiència en diverses campanyes electorals. Ha treballat durant quatre anys a la Comissió del Mercat de les Telecomunicacions, en el gabinet de presidència i com a experta en relacions internacionals.

■ Gabinet de comunicació

La transmissió de les opinions i de les propostes en una campanya, bé des de l'acció de govern o des de l'oposició, necessita una professionalització que passa per la creació d'un bon gabinet comunicatiu i una excel·lent relació amb els mitjans, així com per una clara estratègia.

Docent: Lluís Garriga

Periodista. Director adjunt del Grup Lavinia. Cap de premsa de l'Ajuntament de Barcelona (1999-2004). Ha treballat a Televisió Espanyola de Catalunya amb diverses responsabilitats. Fou responsable dels informatius al Canal Olímpic durant els Jocs de Barcelona '92 i ha treballat també al Diari de Barcelona com a redactor en cap.

■ Organització dels gabinets de comunicació

Els gabinets de comunicació han d'adaptar-se a les característiques de les organitzacions i líders pels que treballen, no canviar-los-hi la personalitat ni la manera de relacionar-se amb la societat. Un bon gabinet és aquell que maximitzarà les habilitats del polític o estructura per la que treballa, facilitarà el contacte amb el seu entorn d'interès i treballarà per mantenir una relació constant amb l'esmentat entorn des d'una perspectiva que sigui creativa, que generi interès als medis i als professionals, i que permeti construir entre ells relacions sòlides al llarg del temps.

La feina del gabinet no es centrarà només, en la emissió d'informació sinó en l'anàlisi del posicionament del polític pel que es treballa, la seva notorietat i la percepció per part de la societat, dels missatges que s'emeten. Per fet tot això les xarxes socials són de gran utilitat.



Docent: Joan López

Llicenciat en Geografia i Història per la UB. Curs de Direcció estratègica de comunicació ESADE) Professor a les Universitat Abat Oliba (director del programa de mkt i comunicació per despatxos professionals) i UIC (professor de comunicació financera). Soci-director des de 2000 de Strategycomm, una de les 50 primeres agències de comunicació a Espanya amb una àrea especialitzada en públic afers i sector parapúblic. Director de comunicació del Vicepresident IV del Parlament Europeu, Aleix Vidal-Quadras. Col·laborador a ABC edició Catalunya, Xarxa, 2324 del Canal 3/24 i Mati RAC 1. Candidat a l'alcaldia de Mataró 1991-1995-1999-2003. Cap del Grup del PP al Consell comarcal 1991-2003. Diputat al Parlament de Catalunya VII Legislatura. He estat, entre altres coses, Secretari de Política Municipal del PP 1995-2000, Director de l'Institut Catalunya Futur (FAES) 2007-2010. @joanlopezalegre

Discurs polític

■ Premsa, partits i política

Anàlisi de les relacions que s'estableixen entre els diferents actors que formen part de la política.

Docent: Francesc-Marc Àlvaro

Llicenciat en Ciències de la Informació per la Universitat Autònoma de Barcelona. Escriu a La Vanguardia i col·labora a Catalunya-Ràdio, Ràdio Barcelona i Ràdio 4. És professor de periodisme polític a la Facultat de Comunicació Blanquerna de la Universitat Ramon Llull. És Premi Nacional de Periodisme. Ha escrit diversos llibres, entre els quals, "Ara sí que toca! Jordi Pujol, el pujolisme i els successors" (2003).

■ Construir un discurs

Taller

Discurs i relat. Models de referència i detecció de continguts. El caràcter tridimensional del missatge i els eixos i mapes de confrontació política en la postmodernitat. Exemples i supòsits pràctics d'elaboració. L'estructura mediàtica del discurs. Argumentari i trets formals. Construcció de textos.

Docent: Carles Castro

Doctor en Ciències de la Comunicació per la Universitat Autònoma de Barcelona. Professor de Periodisme a la Universitat Pompeu Fabra i fins 1993 a la Universitat Autònoma de Barcelona. Redactor d'informació política i anàlisi electoral de La Vanguardia. Autor de "Relato electoral de España. Las claves de la alternancia en el poder durante tres décadas" (2008) i de "Retrato electoral de Catalunya. Claves para comprender tres décadas de elecciones catalanas

■ Oratòria política

Taller

Per a ser eficaç, el discurs ha de ser emocionant. La Retòrica és la tècnica que permet arribar a emocionar a l'auditori. Com argumentar, com dir el discurs per a produir emocions concretes en auditoris concrets.

Docent: Xavier Fähndrich

Periodista i Politòleg. Professor i Coach d'Oratòria Política. Coordinador Tècnic de l'Àrea de Promoció de la Ciutat de l'Ajuntament de Valls. Soci i fundador de l'equip de consultoria estratègica [Mintsmind SL](#): Professor associat de la UAB a la Facultat de Ciències Polítiques i Sociologia.



Política i mitjans de comunicació

■ Política i mitjans de comunicació

No és suficient implementar bones polítiques sinó que, a més, és necessari que aquestes mesures es publicitin davant de l'opinió pública per obtenir el resultat desitjat. Per tant, és essencial que els polítics es comuniquin amb tots els sectors i que coneguin les eines que facilitin aquesta comunicació.

Docent: Antoni Gutiérrez-Rubí

Assessor de comunicació i consultor polític. Membre de les principals associacions professionals com ADECEC (Asociación de Empresas Consultoras en Relaciones Públicas y Comunicación), EAPC (European Association of Political Consultants), ACOP (Asociación de Comunicación Política), DIRCOM (Asociación de Directivos de Comunicación) o l'Associació Catalana de Comunicació i Estratègia Polítiques (ACCEP). És professor dels màsters de comunicació de diferents universitats com la Universidad de Navarra, la Carlos III, la Pontificia de Salamanca, la UAB o l'Instituto Universitario de Investigación Ortega i Gasset, entre d'altres. Publica habitualment als diaris El Periódico de Catalunya, El País, Expansión o Cinco Días. I és autor de diferents llibres: Polítiques. Mujeres protagonistas de un poder diferenciado (2008); Micropolítica. Ideas para cambiar la comunicación política (2010); 32 Tendencias de cambio (2010-2020), junt amb Juan Freire (2010); Filopolítica: filosofía para la política (2011); La política vigilada. La comunicación política en la era de Wikileaks (2011).

@antonigr www.gutierrez-rubi.es

■ Actuar en televisió

Taller

El mitjà que arriba a més nombre de ciutadans, com utilitzar-lo, la seva influència real, els diferents canals. Com utilitzar-los per a difondre els missatges que es vol per part dels actors polítics.

Docents: Manel Mateu

Doctor en Ciències de la Comunicació per la Universitat Autònoma de Barcelona. Periodista de TV3 des de 1983. Professor associat del Departament de Comunicació Audiovisual i Publicitat de la UAB. Responsable i analista de televisió informativa del MIGRACOM (Observatori Migració i Comunicació, Grup de Recerca Consolidat de la Generalitat de Catalunya). Va ser membre del Consell Assessor de la Corporació Catalana de Ràdio i Televisió (CCRTV), cap d'Edició del Telenotícies Nit i sotsca de la Secció de Catalunya de TV3.

Laura Solé

Llicenciada en Ciències de la Informació per la UAB. Professora associada de la Facultat de Ciències de la Comunicació de la UAB on imparteix assignatures de televisió i de llenguatge audiovisual. Coordinadora i col·laboradora en diferents cursos i Postgraus de la UAB i d'altres empreses i institucions privades. Experiència de més de 23 anys en el món de la televisió, concretament a TV3, on durant els últims 8 anys ha editat i presentat l'informatiu "324 Comarques" i ha fet diversos cicles d'entrevistes a personatges destacats i rellevants dins l'espai "L'Entrevista" del canal 3/24. @laurasole_tv

■ Community Management

Amb aquestes sessions aprendrem a dissenyar i executar un *social mediaplan*, emmarcant-lo en l'escenari polític. Donarem les claus per fixar objectius, segmentar públics, establir indicadors... a través d'una primera sessió teòrica, amb estudi de casos reals, i una segona sessió-taller amb *rol playing* on es desenvoluparà un cas d'actualitat

Docents: Txell Costa

Periodista, Postgrau en Comunicació Política i Institucional i un Màster en Dinamització de la Societat i el Coneixement. Ha estat als dos bàndols de la comunicació: ha treballat en mitjans (Com Ràdio, Catalunya Ràdio...) i en diferents gabinets de comunicació públics i privats. És assessora de comunicació digital al programa d'internacionalització d'ACC10 (Generalitat de Catalunya) i docent de la Universitat de Girona.

Bernat Gimeno

Llicenciat en Periodisme per la UAB i Màster en Màrqueting Polític. És consultor en xarxes socials a INITEC (empresa de màrqueting i comunicació digital) des de l'any 2009 i professor en cursos de community manager des del 2011. Està especialitzat en el posicionament i la reputació a la xarxa d'empreses i organitzacions.



MÒDUL CAMPANYES

Campanyes

■ Programa electoral, "temes" i pla de campanya

Definir els objectius estratègics electorals, planificar de forma detallada la campanya abans del seu inici, oferir un model de planificació de campanya electoral. Adequada selecció de temes *issues* per a fixar el discurs polític.

Docent: Antoni Fernández

Llicenciat en Ciències Polítiques i Sociologia i en Geografia i Historia. Professor associat de Ciència Política i de l'Administració a la Universitat de Barcelona. Director de Comunicació de la Diputació de Barcelona fins 2004. Ha estat membre de la Comissió Electoral del PSC i ha participat en l'organització de diverses campanyes municipals, autonòmiques i generals. Secretari general del departament de Treball de la Generalitat de Catalunya (2006-2010). Fins 2012, Secretari executiu de l'Àrea de Promoció Econòmica de l'Ajuntament de Barcelona.

■ Estratègia i comunicació

Taller

Docent: Xavier Roig

Periodista i llicenciat en Dret, director del Gabinet de l'Alcalde de Barcelona (1983-1996) després d'haver exercit professionalment el periodisme en diversos mitjans de Barcelona i de un període de treball com traductor a institucions del sistema de Nacions Unides a Ginebra. Fou director de les campanyes de Pasqual Maragall a les eleccions al Parlament de Catalunya de 1999; de Joan Laporta a la presidència del Fútbol Club Barcelona (2003); d'Albert Pintat a la direcció del Govern d'Andorra (2005), entre altres. Col·labora com a consultor en comunicació estratègica amb diverses institucions públiques i privades.

■ Direcció de campanyes

Taller

Tècniques i pràctiques de com es dirigeix una campanya. Els plantejaments inicials i com poden variar a causa d'esdeveniments externs, de l'actitud dels contrincants i/o dels resultats dels sondeigs, quantitius i qualitius. Necessitat de liderar la direcció per sobre, sovint, de voluntats dels actors polítics.

Docent: Pere Oriol Costa

Doctor en Ciències de la Informació per la UAB. Catedràtic de Comunicació i coordinador de Tercer Cicle del departament de Periodisme i Ciències de la Comunicació a la Universitat Autònoma de Barcelona.

■ Eleccions generals 2015

Docent: Montse Prats

Marketing for Entrepreneurs per Georgetown University. Direcció Estratègica de Marca per ESADE. Màster de Marketing Polític per UAB. Marketing digital per ESADE. Seguiment de les campanyes electorals 2008 i 2012 a Washington DC. Participació a l'IAPC a Washington DC. Assessora de comunicació a l'Ajuntament de Barcelona i al de Gavà. Ha treballat en diverses institucions municipals en les àrees d'urbanisme i habitatge, sistemes de la informació, cultura i règim interior. També ha exercit de periodista a televisió, premsa i ràdio tant a l'àrea d'informatius com de programes. Actualment és assessora de comunicació de diverses institucions a nivell local i internacional.



■ Tàctiques de persuasió i de campanya negativa

El paper de les emocions i la informació política en la activació dels mecanismes de persuasió. Principals tàctiques de la comunicació persuasiva. Tàctiques per a la construcció d'una estratègia centrada en la campanya negativa.

Docents: Virginia García Beaudoux i Orlando D'Adamo

Doctors en Psicologia. Directors del Centro de Opinión Pública de la Universidad de Belgrano. Directors de [COMMUNICATIO](#), consultora de comunicació estratègica. Professors a la Universidad de Buenos Aires, i a la Universidad de Belgrano, Argentina. Dicten cursos de Comunicació Política en els postgraus de la Universidad de Salamanca; l'Instituto Universitario Ortega y Gasset a Madrid; i al Màster en Asesoramiento de Imagen y Consultoría Política (MAICOP) de la Universidad Pontificia de Salamanca. Autors de diversos llibres i publicacions en comunicació política. A més, recentment Virginia G. Beaudoux ha estat incorporada com a Investigadora Científica al Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET).

■ Anàlisi de campanyes

Taller

Es tracta d'analitzar les campanyes electorals des de diferents perspectives: política, tècnica i científica. Les classes tindran una estructura teòrica en la primera part i més pràctica en la segona, estimulant la participació activa dels estudiants.

Docent: Gabriel Colomé

Llicenciat en Ciències de la Informació (UAB, 1981). Doctor en Ciència Política (UAB, 1988). Professor de Ciència Política a la UAB. Director del Màster en Marketing Polític de la UAB. Convidat pel Departament d'Estat per a seguir la campanya presidencial nord-americana de 1988. Assistència al Seminari de la revista Campaigns & Elections a Washington DC, (1996) i (2002). Assistència al seminari d'anàlisi post electoral Presidenciales organitzat per l'Asociación Internacional de Consultores Políticos en Washington DC (2000). International Visiting Program del Departament d'Estat per a seguir les campanyes primàries americanes de 2000 i 2008. Director del Centre d'Estudis d'Opinió (CEO) de la Generalitat de Catalunya (2007-2011). Actualment, regidor de l'Ajuntament de Barcelona.

■ La imatge dels candidats polítics com a estratègia electoral

La imatge juga avui en dia un paper estratègic en el desenvolupament i èxit professional d'individus i organitzacions en el món de la política i dels negocis. A la política moderna es prima la forma sense descuidar el fons. El discurs importa, la imatge s'imposa.

Docent: M. Àngels Llimargas

Assessora d'imatge. Gerent de l'empresa [LLIMARGAS](#), especialitzada en les àrees de formació del personal de les empreses i institucions relatives a imatge i comunicació personal.

■ Political Branding

El Valor de Marca com a factor determinant en l'èxit de la estratègia publicitària. Construint el Valor de Marca a través dels mitjans Tradicionals (ATL) i no Tradicionals (BTL).

Docent: Jorge D. Gerez

Llicenciat en Publicitat. Màster en Màrqueting Polític (UAB) amb menció d'honor, i Postgrau en Comunicació Estratègica de Marca (UAB). Consultor especialitzat en Branding Polític i Institucional. Director Executiu de [Quintella Gerez Branding Ltd](#). Soci Fundador i Director de Publicitat i Imatge Institucional de l'Asociación Argentina de Marketing Político (AAMP). Membre de l'American Association of Political Consultants (AAPC) i de l'International Association of Political Consultants (IAPC). Electo Rising Star 2011, per Campaigns & Elections, USA. Guanyador de dos Pollie Awards per l'AAPC, i d'un Reed Award per Campaigns & Elections. Autor del llibre "Estrategias de comunicació política comparadas", Ed. EAE. 2012



■ Disseny electoral

El disseny com a eina de comunicació. Ecosistemes visuals. Art, disseny i publicitat. Imatge corporativa i imatge de partit. Les campanyes polítiques: anàlisi dels elements gràfics.

Docent: Vicenç Viaplana

Dissenyador des de 1978, ha desenvolupat nombrosos programes gràfics i canvis d'imatge per a empreses i institucions, entre les quals destaquem: New Art Barcelona, El Bulli, Museu Marítim de Barcelona, Centro Insular de Cultura de Las Palmas de Gran Canaria, Superser, Agni, Cecaute. Entre 1981 i 1985 dissenya els canvis d'imatge i nous símbols de: Compañia Telefónica Nacional de España i Agencia Efe entre molts altres. Membre de la Fundació Signes i de la Comissió d'experts de la Designpedia. Habitualment exposa la seva obra artística a la Galeria Carles Taché.

■ Campanyes americanes

Docent: Flavia Freidenberg

Investigadora de l'Institut de Iberoamèrica de la USAL. Professora de l'Àrea de Ciència Política i de l'Administració de la mateixa universitat. Directora acadèmica del Programa de Màster i Doctorat en Estudis Llatinoamericans de la USAL. Directora d'Amèrica Latina Hoy, Revista en Ciencias Sociales, que edita la USAL. Ha impartit docència i desenvolupat estàncies d'investigació a diverses institucions acadèmiques d'Espanya, Amèrica Llatina, Estats Units i Europa. És membre de diverses associacions de Ciència Política i d'Estudis Llatinoamericans; membre de la Comissió Executiva de l'Asociación Latinoamericana de Ciencia Política (ALACIP) des de 2008 a 2014, columnista d'Infolatam.com des de 2006 i membre de la Junta Directiva de l'Asociación Española de Ciencia Política des d'octubre de 2009.

■ Publicitat política: les imatges de la política

Taller

Elements específics que configuren la publicitat política. Exemples pràctics extrets de campanyes electorals a Catalunya, Espanya i els Estats Units. Anàlisi de la transformació dels plantejaments formals i dels continguts de les imatges de la política.

Docent: Enric Casas

Titulat per ESADE en Alta Direcció d'Empreses (ADE 1995) ha estat responsable de la creació i evolució de la imatge municipal i impulsor de totes les campanyes des de "Barcelona més que mai" fins a "Visca Barcelona". Membre del PSC (PSC-PSOE) des de la seva fundació. Com a responsable de la publicitat electoral del PSC ha coordinat diferents campanyes municipals, autonòmiques i generals. Professor associat de la Universitat Autònoma de Barcelona de l'assignatura de Comunicació i Opinió Pública. Director de Comunicació Corporativa i Qualitat de l'Ajuntament de Barcelona (1996-2010). En aquesta direcció s'implanta l'estratègia global de les diferents actuacions de comunicació, promoció, imatge, identitat corporativa i investigació de mercats per al conjunt de l'Ajuntament. Director de l'Alcaldia de l'Ajuntament de Barcelona (2010-2011). Actualment, Cap de Gabinet de l'Alcaldia de Viladecans.



MÒDUL INSTITUCIONAL

Govern relacional

■ Estratègies de coalicions

Taller

Anàlisi del procés de formació de governs de coalició. El rol i el comportament dels equips negociadors en la creació de coalicions governamentals en una situació parlamentària minoritària. Constitució del govern resultant i presentació de l'acord coalicional i de la distribució de parcel·les de poder polític.

Docents:

Jordi Matas

Catedràtic de Ciència Política i de l'Administració de la UB. Llicenciat en Dret per la UB i en Ciències Polítiques i Sociologia per la UAB. Doctor en Ciències Polítiques i de l'Administració per la UB. Ha estat secretari general (2002-2004) i vicerector (2001-2008) de la Universitat de Barcelona. Actualment és director del Departament de Dret Constitucional i Ciència Política de la UB. Ha publicat, entre d'altres títols, "Coaliciones Políticas y Gobernabilidad"(2001), "El control político de la Administración" (2001), i "El sistema político de Catalunya" (1999).

Josep Maria Reniu

Llicenciat en Ciències Polítiques i Sociologia per la UCM. Postgrau en Dret Constitucional i Ciència Política pel Centro de Estudios Constitucionales de Madrid. Doctor en Ciències Polítiques i de l'Administració per la UB. Professor titular de Ciència Política i de l'Administració i, des del curs 2009-10, Cap d'Estudis de Ciència Política de la Universitat de Barcelona. Ha publicat, entre d'altres títols, "La formación de gobiernos minoritarios en España, 1977-1996, ¿Merece la pena coaligarse?" (2001) i "Los gobiernos de coalición en los sistemas presidenciales de Latinoamérica: elementos para su estudio" (2008).

■ Direcció pública

La modernització del govern local. Antecedents i dimensions del problema. El canvi de la forma de govern local i la funció directiva local als municipis de gran població: una experiència de modernització de l'administració local?

Docent: Rafael Jiménez Asensio

Doctor en Dret per la Universidad del País Vasco. Catedràtic de Dret Constitucional a ESADE-Universitat Ramon Llull. Anteriorment ha impartit Dret Constitucional a les Universitats del País Vasco, Pompeu Fabra i a l'Escuela Judicial (Consejo General del Poder Judicial). Ha estat lletrat del Servicio Jurídico del Gobierno Vasco, cap d'estudis de l'Instituto Vasco de Administración Pública i cap dels serveis jurídics de l'Ajuntament de Barcelona. Actualment és soci director d'Estudi Consultoria Sector Públic S.L.

■ Govern relacional

Analitza les relacions entre els ciutadans i l'administració pública, les noves formes de prestació de serveis públics així com el pas entre la eficiència i la gestió compartida.

Docent: Laia Bonet

Llicenciada en Derecho y Doctora en Derecho en la Universitat Pompeu Fabra (UPF). Es profesora de Derecho Administrativo en la UPF. Fue Secretaria de Gobierno de la Generalitat de Catalunya entre 2007 y 2010. Diputada al Parlament de Catalunya desde 2010 hasta 2012. Trabajó como asesora jurídica del grupo parlamentario Socialistes-Ciutadans pel Canvi en el Parlament de Catalunya (2004-2006) y, también, del Consejero de Gobernación y Administraciones Públicas en funciones de seguimiento y asesoramiento de política normativa (2006).



■ Lideratge i Govern Re[D]lacional

Les eines necessàries per a que l'acció de govern i la interacció dels seus membres i polítiques sectorials tinguin un suport explícit i una xarxa de relacions que permetin governar amb èxit.

Docent: Manel Muntada Colell

Psicòleg per la Universitat de Barcelona i Neuropsicòleg per la Facultat de Medicina de la Universitat Autònoma de Barcelona, és expert en planificació estratègica, gestió del canvi, desenvolupament organitzatiu i direcció d'equips d'alt rendiment. A l'actualitat és director de [\[cumClavis\]](#).

■ Participació

Una altra manera de fer política: L'administració pública deliberativa

Docent: Daniel Tarragó

Llicenciat en Sociologia per la UAB. Postgrau en Comunicació i Estratègia Política, en Gestió de la Diversitat Cultural, i en Tècniques d'Investigació Social Aplicades.

Professor associat de sociologia de la Universitat Autònoma de Barcelona (des del 2010 fins l'actualitat). Fundador i soci-director de la consultora d'innovació social NEÒPOLIS, empresa especialitzada en la prestació de serveis adreçats a administracions públiques en matèria de planificació estratègica i participació ciutadana (des del 2003 fins l'actualitat). Coautor del llibre "La participació ciutadana en els municipis gironins", juntament amb Gerard Quiñones. Editorial: Generalitat de Catalunya. Departament de Relacions Institucionals i Participació. 2006

Gestió de la comunicació en el govern

■ Plans de comunicació local

Taller

Definir i fer pràctic l'instrument de planificació i gestió interna i externa.

Docent: Loreto Rubio

Doctora en Ciències de la Gestió per la URL-ESADE. Sòcia Directora del [Grup Sinergia Value](#), socialització i comunicació de polítiques, projectes i serveis publico-socials. Ha assumit càrrecs de direcció a diferents administracions i projectes nacionals i internacionals. Directora de màrqueting i comunicació de la candidatura de Donostia-San Sebastián 2016, Capital Europea de la Cultura. Autora del llibre "Comunicar para Compartir: un viaje hacia una mejor comunicación pública" (2011).

■ Procés de presa de decisions

El món polític de la presa de decisions segueix uns mecanismes formals. Les sessions tractaran dels procediments no formals de presa de decisions, en els quals es prenen les decisions: les pressions, les constriccions legislatives, els grups de pressió, els propis partits, les resistències de l'administració, etc. En resum, plantejar la realitat amb que es troben els actors polítics, a l'hora d'actuar efectivament com a govern, tant a escala municipal, autonòmica o central.

Docent: Jesús Maestro

Llicenciat en Ciències Polítiques i en Història per la Universitat Autònoma de Barcelona. Ha estat analista de l'Institut de Ciències Polítiques i Socials, regidor de l'Ajuntament de Barcelona (1999-2003), vicepresident de la Diputació de Barcelona (1999-2003), secretari de Cooperació Exterior de la Generalitat de Catalunya (2004), Autor de diversos textos sobre ciència política, cultura política, partits polítics, política internacional i cooperació al desenvolupament. Ha estat coordinador general de la Cooperació espanyola a Algèria (2006-2008) i director del centre de formació de la Cooperació espanyola a Montevideo, Uruguai (2008-2011)



■ E-Government

Candidats i partits polítics es centren sempre en la comunicació que es realitza durant la campanya des del punt de vista electoral, existeix un auge en la participació i comunicació online, però poques són les iniciatives que gestionen adequadament la participació i la interacció online amb els votants. I molt pocs són els que realitzen veritables plantejaments sobre com comunicar i com gestionar l'administració pensant en la Xarxa i en la interactuació amb la societat. En aquesta sessió farem un repàs a les iniciatives sobre e-government i plantejarem com millorar aquelles iniciatives i crear una proposta de veritable govern electrònic que gestioni i comuniqui a la Xarxa.

Docent: Juan Víctor Izquierdo

Llicenciat en Publicitat i Relacions Públiques amb estudis en Administració i Direcció d'Empreses. És especialista en comunicació política a internet i a les xarxes socials. Ha participat en la direcció i creació de campanyes electorals locals, regionals i estatals, en la relació amb els mitjans així com en assessoria de candidats. És soci-fundador de [The Mamasú Agency](#), desenvolupant plans de comunicació integral i aplicacions per web i telefonia mòbil. És co-organitzador dels [Beers&Politics](#) i co-creador del [Archivo Electoral](#). És també co-creador i organitzador de [Promesas Electorales 2012](#).

■ Marketing de confiança

Taller

No és possible la ciutat o un país sense la confiança mútua entre equip de govern/administració pública i ciutadans/organitzacions cíviques. Des d'on es crea, potencia i sosté aquesta confiança? A través de què i de qui? El marketing de confiança és una forma de pensar i gestionar el nou repte de les administracions públiques per a ciutadanitzar-les.

Docent: Toni Puig

Ha estat fundador de la revista [Ajoblanco](#); assessor a l'Ajuntament de Barcelona col·laborant en la creació de la marca de la ciutat. És professor de branding polític a ESADE. Conferenciant al país i a Amèrica Llatina, especialment interessat en la creativitat al sector governamental i associatiu. Té publicats diversos llibres sobre aquests temes. www.tonipuig.com

■ Visita al Parlament de Catalunya Relacions Govern / Parlament

■ La política com a projecte i com a gestió: notes d'una experiència

L'acció política democràtica ha d'arrancar d'un projecte d'intervenció sobre la realitat, ja sigui per a modificar-la o per a conservar-la. L'acció política sense projecte no arriba més enllà de l'agitació i del soroll. Però la política exigeix també capacitat de mobilitzar recursos i establir ritmes d'intervenció aptes per a transformar el projecte en una actuació efectiva. La comunicació social forma part d'aquests recursos y en certa manera els impregna. El resultat d'aquesta impregnació pot tenir conseqüències positives i negatives sobre la mateixa naturalesa de la democràcia.

Docent: Josep M. Vallès

Doctor en Dret. Catedràtic de Ciència Política de la Universitat Autònoma de Barcelona (UAB). Conseller de la Generalitat de Catalunya (2004-2007) i Rector de la UAB (1990-1994).



Institut de Ciències Polítiques i Socials

c/ Mallorca 244, pral., 08008 Barcelona
www.icps.cat

amb la col·laboració de

Diputació de Barcelona

Departament de Ciència Política i Dret Públic (UAB)

Departament de Periodisme i Ciències de la Comunicació (UAB)