



Diseño y Planificación de  
campañas electorales I:  
sociología política, estrategia  
electoral y problemática  
Jurídica

**Máster Universitario en  
Comunicación política y Gestión  
de crisis y Emergencias  
2025-26**



UNIVERSIDAD  
**NEBRIJA**

## GUÍA DOCENTE

**Asignatura:** Diseño y Planificación de campañas electorales I: sociología política, estrategia electoral y problemática Jurídica.

**Titulación:** Máster Universitario en Comunicación política y Gestión de crisis y Emergencias

**Curso Académico:** 2025-26

**Carácter:** Obligatoria

**Idioma:** Español

**Modalidad:** Presencial / A distancia

**Créditos:** 3

**Curso:** 1º

**Semestre:** 2º

**Profesores/Equipo Docente:** Dr. D. Francisco Camas García / D. Álvaro Lario Ruiz

## 1. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

### 1.1. Competencias

- Crear una campaña electoral de acuerdo a los factores internos y externos.
- Aplicar los procesos de creación de un plan estratégico de campaña electoral, incorporando técnicas de comunicación innovadoras.
- Desarrollar eventos políticos y actos electorales para reforzar la imagen del candidato y el propio partido, así como elevar la intención de voto.
- Aplicar los conocimientos adquiridos en el contexto general de las organizaciones, tanto del ámbito público como privado y, de manera especial, en la comunicación política y gestión de crisis y emergencias.
- Demostrar la autonomía necesaria para adaptarse a un entorno cambiante y con múltiples desafíos, propios del campo de la comunicación política.
- Controlar las técnicas y dinámicas que se aplican en la comunicación política y en la gestión de crisis y emergencias.
- Resolver problemas y tomar decisiones eficaces ante problemas planteados y situaciones de alto nivel competitivo en el entorno de la comunicación política.
- Utilizar el trabajo en equipo de forma eficaz en el contexto de la comunicación política y gestión de crisis y emergencias.
- Controlar las herramientas digitales necesarias para las estrategias en procesos electorales, situaciones de crisis y emergencias de empresas privadas, instituciones públicas y organizaciones no gubernamentales.
- Manejar las habilidades de comunicación oral y escrita para desarrollar de forma eficaz presentaciones de proyectos de comunicación política y gestión de crisis y emergencias.

### 1.2. Resultados de aprendizaje

Planificar una campaña electoral teniendo en cuenta el objetivo, la audiencia, el contexto social y el marco regulador.

## 2. CONTENIDOS

### 2.1. Requisitos previos

Ninguno

### 2.2. Descripción de los contenidos

Análisis del objetivo y de la audiencia, contexto y situaciones anexas a la campaña que hagan frente al paradigma comunicacional electoral. Estudio de la evolución de las campañas electorales, la problemática jurídica, los procesos legislativos para el desarrollo de políticas públicas y su adaptación al contexto actual

### 2.3. Contenido detallado

Tabla donde se detalla el contenido de la materia, las actividades dirigidas, prácticas, proyectos, memoria u otras prácticas a desarrollar tanto en las sesiones con profesor como aquellas a realizar por el alumno en su tiempo de trabajo fuera de horario docente.

#### Modalidad presencial:

- 1. Introducción**  
Presentación, metodología y aproximación del programa
- 2. Marco jurídico y enfoque político**  
El sistema electoral en España: historia, normativa, administración y práctica política.  
El voto en España, la barrera electoral, el método d'Hondt.
- 3. Metodologías de investigación aplicadas a las campañas electorales**  
La encuesta y el grupo de discusión.  
Pre campaña, campaña y poscampaña.  
Las encuestas electorales y la estimación de voto
- 4. Desafíos electorales de una campaña en España**  
El voto útil y la pugna por el último escaño  
Tipología y segmentación de votantes  
Informes y presentación de resultados.

#### Modalidad online:

- 1. Introducción**  
Presentación, metodología y aproximación del programa
- 2. Marco jurídico y enfoque político**  
El sistema electoral en España: historia, normativa, administración y práctica política.  
El voto en España, la barrera electoral, el método d'Hondt.
- 3. Metodologías de investigación aplicadas a las campañas electorales**  
La encuesta y el grupo de discusión.  
Pre campaña, campaña y poscampaña.  
Las encuestas electorales y la estimación de voto
- 4. Desafíos electorales de una campaña en España**  
El voto útil y la pugna por el último escaño  
Tipología y segmentación de votantes  
Informes y presentación de resultados.

#### Modalidad intake:

- 1.- Introducción.**  
Presentación y metodología del programa.
- 2.- Análisis del electorado**  
Paradigmas electorales Evolución y desarrollo Demoscopia - microtargeting
- 3.-Normativade campañas electorales**  
Reglamento de campañas electorales. Organismos electorales
- 4.- Proyectos de campaña**  
Desarrollo de Proyectos en campaña electoral  
Políticas públicas en el contexto electoral

## 2.4 Actividades Dirigidas

### Modalidad presencial

#### **Actividad Dirigida 1 (AD1)**

La primera actividad consistirá en una presentación en clase del análisis y definición del *target* de un partido político para una campaña electoral real. Se deberá: (1) resumir las características clave del sistema electoral en el país que se celebre esa campaña electoral; (2) Definir el clima (problemas y preocupaciones ciudadanas); (3) Definir la situación de partida del partido político y e hipotetizar su estrategia; (4) Analizar las encuestas electorales, incluyendo la radiografía de los votantes y potenciales votantes.

Esta actividad tendrá un peso del 20% de la nota final.

#### **Actividad Dirigida 2 (AD2)**

La segunda actividad consistirá en la elaboración de un documento esquemático con un proyecto de investigación cualitativa mediante la técnica de grupos de discusión para presentar a un cliente político que afronta una campaña electoral. El grupo objeto de estudios estará vinculado al *target* definido en la Actividad 1. La investigación cualitativa ayudará a entender las actitudes, los intereses y las motivaciones de los participantes en el estudio.

Esta actividad tendrá un peso del 20% de la nota final.

#### **Trabajo final**

Para la prueba final de la asignatura, el alumnado deberá realizar un informe que analice en profundidad una encuesta preelectoral que contribuye al diseño de la campaña electoral del partido político. Se (1) seleccionarán unas elecciones (cualquier año y país) en la que el fichero de microdatos de la encuesta preelectoral sea accesible para el análisis; (2) se analizarán los datos tanto desde el punto de vista del clima y el contexto como de los alineamientos electorales; (3) se analizarán los flujos de votantes; (4) Se definirá la agenda política y los marcos de interpretación de cara al diseño de la campaña electoral.

Este trabajo tendrá un peso del 50% de la nota final.

### Modalidad online

#### **Actividad Dirigida 1 (AD1)**

La primera actividad consistirá en una presentación en clase del análisis y definición del *target* de un partido político para una campaña electoral real. Se deberá: (1) resumir las características clave del sistema electoral en el país que se celebre esa campaña electoral; (2) Definir el clima (problemas y preocupaciones ciudadanas); (3) Definir la situación de partida del partido político y e hipotetizar su estrategia; (4) Analizar las encuestas electorales, incluyendo la radiografía de los votantes y potenciales votantes.

Esta actividad tendrá un peso del 20% de la nota final.

#### **Actividad Dirigida 2 (AD2)**

La segunda actividad consistirá en la elaboración de un documento esquemático con un proyecto de investigación cualitativa mediante la técnica de grupos de discusión para presentar a un cliente político que afronta una campaña electoral. El grupo objeto de estudios estará vinculado al *target* definido en la Actividad 1. La investigación cualitativa ayudará a entender las actitudes, los intereses y las motivaciones de los participantes en el estudio.

Esta actividad tendrá un peso del 20% de la nota final.

#### **Trabajo final**

Para la prueba final de la asignatura, el alumnado deberá realizar un informe que analice en profundidad una encuesta preelectoral que contribuye al diseño de la campaña electoral del partido político. Se (1) seleccionarán unas elecciones (cualquier año y país) en la que el fichero de microdatos de la encuesta preelectoral sea accesible para el análisis; (2) se analizarán los datos tanto desde el punto de vista del clima y el contexto como de los alineamientos electorales; (3) se analizarán los flujos de votantes; (4) Se definirá la agenda política y los marcos de interpretación de cara al diseño de la campaña electoral.

Este trabajo tendrá un peso del 50% de la nota final.

### **Modalidad intake**

**Actividad Dirigida 1 (AD1):** Ejercicios y cuestiones prácticas sobre temas que se hayan visto en las clases. Podrá consistir en un debate iniciado en el Campus Virtual y que posteriormente deba desarrollarse y entregarse. Tiene un valor del 20% de la nota.

**Actividad Dirigida 2 (AD2):** La segunda actividad dirigida consistirá en el análisis y definición del target de un partido político para una campaña electoral. Se deberán consultar encuestas y tratar debidamente los datos. Tiene un valor del 20% de la nota.

**Trabajo Final:** Para el trabajo de fin de asignatura, los estudiantes deberán definir, con los datos de la AD2, la agenda política y los marcos de interpretación de la misma, en función del contexto político, medios -tradicionales o red- y los formatos en que se articule. Tiene un valor del 50% de la nota.

Asistencia y participación (10%). Los alumnos de la modalidad online demostrarán su participación en el aula a través de la conversación directa en clase, pudiendo hacerlo también en los foros de debate que se crearán en el campus virtual.

### **2.5 Actividades formativas**

#### Modalidad Presencial

| Código | Actividad formativa         | Horas | Porcentaje de presencialidad |
|--------|-----------------------------|-------|------------------------------|
| AF1    | Clases de teoría y práctica | 180   | 100%                         |
| AF2    | Trabajo personal del alumno | 300   | 0%                           |
| AF3    | Tutorías                    | 60    | 50%                          |
| AF4    | Evaluación                  | 60    | 100%                         |
|        |                             | 600   |                              |

#### Modalidad A distancia

| Código | Actividad formativa         | Horas | Porcentaje de presencialidad síncrona |
|--------|-----------------------------|-------|---------------------------------------|
| AF1    | Clases de teoría y práctica | 120   | 0%                                    |
| AF2    | Trabajo personal del alumno | 300   | 0%                                    |
| AF3    | Tutorías                    | 60    | 0%                                    |
| AF4    | Evaluación                  | 120   | 13%                                   |
| AF5    |                             | 600   |                                       |

### **2.5 Metodología docente**

| Código | METODOLOGÍA DOCENTE      | DESCRIPCIÓN  |
|--------|--------------------------|--|
| MD1    | Método expositivo        | Exposición por parte del profesor de los contenidos de cada tema por medio de explicaciones y presentaciones en las que se promueve la participación del estudiante.       |
| MD2    | Aprendizaje autodirigido | El alumno deberá realizar trabajos o proyectos (individuales o en grupo) que le ayuden a adquirir las competencias y los conocimientos teórico-prácticos de la asignatura. |

|     |                                 |   |
|-----|---------------------------------|---|
| MD3 | Estudio de casos                | Análisis de casos que generen un diálogo sistemático y ordenado sobre situaciones y circunstancias reales con fines de aprendizaje. El alumno aprende por descubrimiento, no sólo por recepción, ejercitando su pensamiento creativo y crítico. Requiere el asesoramiento y seguimiento por parte del profesor.   |
| MD4 | Aprendizaje basado en proyectos | Aprendizaje basado en la simulación de situaciones profesionales. Bajo un objetivo y con unos recursos, el alumno debe resolver una situación que se asemeje a una situación real de la vida profesional. El alumno aprende por descubrimiento, no sólo por percepción, desarrollando sus habilidades sociales, el trabajo en equipo, el liderazgo, la disciplina y la solidaridad. Requiere el asesoramiento y seguimiento por parte del profesor. |
| MD5 | Taller                          | Aprendizaje basado en una metodología eminentemente práctica aplicada a la realización de trabajos pre-profesionales bajo la orientación del profesor. El estudiante aprende por descubrimiento y por el seguimiento y feed-back del profesor sobre sus errores o aciertos, ejercitando el pensamiento creativo del alumno, su capacidad de autocrítica y autoexigencia.  |
| MD6 | Documentación e investigación   | Elaboración de informes en los que el alumno debe recurrir a documentación específica, recursos bibliográficos, recopilación de datos, análisis de estudios e informes, etc., para la redacción de documentos y explicación de conclusiones.  |
| MD7 | Aprendizaje instrumental        | Aprendizaje a través del uso de herramientas específicas para el ejercicio profesional.   |

Modalidad presencial: MD1; MD2; MD3; MD4

Modalidad a distancia: MD1; MD2; MD3; MD4

### 3. SISTEMA DE EVALUACIÓN

#### 3.1. Sistema de calificaciones

El sistema de calificaciones finales se expresará numéricamente, de acuerdo a lo dispuesto en el art. 5 del Real Decreto 1125/2003, de 5 de septiembre (BOE 18 de septiembre), por el que se establece el Sistema Europeo de Créditos y el sistema de Calificaciones en las titulaciones universitarias de carácter oficial y su validez en todo el territorio nacional.

- 0 - 4,9 Suspenso (SS)
- 5,0 - 6,9 Aprobado (AP)
- 7,0 - 8,9 Notable (NT)
- 9,0 - 10 Sobresaliente (SB)

La mención de "matrícula de honor" podrá ser otorgada a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0. Su número no podrá exceder de 5% de los alumnos matriculados en una materia en el correspondiente curso académico, salvo que el número de alumnos matriculados sea inferior a 20, en cuyo caso sólo se podrá conceder una sola Matrícula de Honor.

#### 3.2. Criterios de evaluación

##### Convocatoria ordinaria

Modalidad: Presencial

| Sistemas de evaluación                | Ponderación mínima | Ponderación máxima |
|---------------------------------------|--------------------|--------------------|
| SE1. Asistencia y participación       | 10%                | 10%                |
| SE2. Actividades académicas dirigidas | 40%                | 40%                |
| SE3. Prueba final presencial          | 50%                | 50%                |

Modalidad: A distancia

| Sistemas de evaluación                | Ponderación mínima | Ponderación máxima |
|---------------------------------------|--------------------|--------------------|
| SE1. Asistencia y participación       | 10%                | 10%                |
| SE2. Actividades académicas dirigidas | 30%                | 30%                |
| SE3. Prueba final presencial          | 60%                | 60%                |

##### Convocatoria extraordinaria

Modalidad: Presencial

| Sistemas de evaluación                | Ponderación mínima | Ponderación máxima |
|---------------------------------------|--------------------|--------------------|
| SE1. Actividades académicas dirigidas | 40%                | 40%                |
| SE2. Prueba final presencial          | 60%                | 60%                |

Para poder hacer media con las ponderaciones anteriores será necesario obtener al menos una calificación de 5 en la prueba final presencial.

Modalidad: A distancia

| Sistemas de evaluación                | Ponderación mínima | Ponderación máxima |
|---------------------------------------|--------------------|--------------------|
| SE1. Actividades académicas dirigidas | 40%                | 40%                |
| SE2. Prueba final presencial          | 60%                | 60%                |

Para poder hacer media con las ponderaciones anteriores será necesario obtener al menos una calificación de 5 en la prueba final presencial.

### **3.4 Restricciones**

#### Calificación mínima

Para poder hacer media con las ponderaciones anteriores es necesario obtener al menos una calificación de 5 en la prueba final. Asimismo, es potestad del profesor que el alumno pueda presentar de nuevo las prácticas o trabajos escritos, si estos no han sido entregados en fecha, no han sido aprobados o se desea mejorar la nota obtenida, siempre en la convocatoria extraordinaria.

#### Asistencia

El alumno que, injustificadamente, deje de asistir a más de un 25% de las clases presenciales podrá verse privado del derecho a examinarse en la convocatoria ordinaria.

#### Normas de escritura

Se prestará especial atención en los trabajos, prácticas y proyectos escritos, así como en los exámenes tanto a la presentación como al contenido, cuidando los aspectos gramaticales y ortográficos. El no cumplimiento de los mínimos aceptables puede ocasionar que se resten puntos en dicho trabajo.

### **3.5 Advertencia sobre plagio**

La Universidad Antonio de Nebrija no tolerará en ningún caso el plagio o copia. Se considerará plagio la reproducción de párrafos a partir de textos de auditoría distinta a la del estudiante (Internet, libros, artículos, trabajos de compañeros...), cuando no se cite la fuente original de la que provienen. El uso de las citas no puede ser indiscriminado. El plagio es un delito.

En caso de detectarse este tipo de prácticas, se considerará Falta Grave y se podrá aplicar la sanción prevista en el Reglamento del Alumno.

#### 4 BIBLIOGRAFÍA

##### Bibliografía básica

- Jaráiz et al. (2024). *Elecciones generales de 2023*. Madrid: CIS.
- Ortega et al. (2020): *Sistemas electorales en España: caracterización, efectos, rendimientos y propuestas de reforma*. Madrid: CIS
- Montero, J.R y Fernández, Carlos (2018): “Cuatro décadas del sistema electoral español. 1977-2016” en *Política y Gobernanza*, núm. 2, págs. 5-46.
- Camas, F. y Ferrándiz, J.P (coord.) (2019): *La cocina electoral en España. La estimación de voto en tiempos de incertidumbre*. Madrid: Catarata.

##### Bibliografía recomendada

- Montero, J.R y Fernández, Carlos (2018): “El sistema electoral, ¿lo malo conocido?”, en *España Constitucional (1978-2018): trayectorias y perspectivas*, vol.2, págs.. 1639-1656.
- Llera et al. (2022): *Las elecciones autonómicas (2017-2019)*. Madrid: CIS
- Oñate et al. (2019): *Las elecciones generales de noviembre de 2019*. Madrid: CIS.
- Martín, J.A y Navarro, Marián (2025): “La polarización en la campaña de las elecciones generales de 2023. Análisis de los posts de los partidos españoles en X”, en *European Public & Social Innovation Review*, nº 10,

#### 5. DATOS DEL PROFESOR

|  |  |
|--|--|
| Nombre y Apellidos   | Dr. D. Francisco Camas García  |
| Departamento   | Comunicación   |
| Titulación académica   | Doctor en Ciencias Sociales  |
| Correo electrónico   | fcamas@nebrija.es  |
| Localización   | Campus Facultad de Comunicación y Artes- San Francisco de Sales  |
| Tutoría  | Contactar con el profesor previa petición de hora por e-mail   |
| Experiencia docente, investigadora y/o profesional, así como investigación del profesor aplicada a la asignatura, y/o proyectos profesionales de aplicación. | <p>Es doctor en Ciencias Sociales y Licenciado en Ciencias Políticas y de la Administración por la Universidad de Granada.</p> <p>Desde 2022 es director de investigación de Opinión Pública de Ipsos España. Cuenta con más de 10 años de experiencia nacional e internacional como investigador y consultor de encuestas sociales y electorales.</p> <p>Es profesor de sociología en el Instituto de Estudios Bursátiles y ha impartido clases de ciencia política y metodología en la Universidad Carlos III de Madrid y la Universidad Autónoma de Madrid. Fundador de la consultora Elemental Research. Colaborador habitual en medios de comunicación como RNE, TVE y Canal Sur.</p> |

|  |   |
|--|---|
| Nombre y Apellidos   | D. Álvaro Lario Ruiz  |
| Departamento   | Comunicación  |
| Titulación académica   | Graduado en Ciencias Políticas  |
| Correo electrónico   | <a href="mailto:alario@nebrija.es">alario@nebrija.es</a>  |
| Localización   | Campus Facultad de Comunicación y Artes- San Francisco de Sales   |
| Tutoría  | Contactar con el profesor previa petición de hora por e-mail  |
| Experiencia docente, investigadora y/o profesional, así como investigación del profesor aplicada a la asignatura, y/o proyectos profesionales de aplicación. | <p>Graduado en Ciencias Políticas con mención en Periodismo por la Universidad Carlos III de Madrid. Máster en Formación del Profesorado por la Universidad Rey Juan Carlos. Cuenta con formación especializada en Marketing y Negociación por la Universidad Claude Bernard de Lyon.</p> <p>En la actualidad trabaja como profesor de Economía en Enseñanza Secundaria, Bachillerato y FPen centros públicos y concertados de la Comunidad de Madrid.</p> <p>Ha trabajado en asesoría de comunicación en instituciones como el Congreso de los Diputados (2018-2021), el Ministerio de Transportes, Movilidad y Agenda Urbana (2021-2023), el Consejo Superior de Deportes (2023) o la Fundación Hay Derecho (2016-2017).</p> <p>También ha impartido programas formativos de comunicación política y liderazgo en la Universidad Nacional Autónoma de Honduras y colaborado en diversos medios como analista.</p> |

|   |   |
|---|---|
| <p>Experiencia docente, investigadora y/o profesional, así como investigación del profesor aplicada a la asignatura, y/o proyectos profesionales de aplicación.</p> | <p>Es doctor en Ciencias Sociales y Licenciado en Ciencias Políticas y de la Administración por la Universidad de Granada. Actualmente es director de investigación de Opinión Pública de Ipsos España. Cuenta con más de 10 años de experiencia nacional e internacional como investigador y consultor de encuestas sociales y electorales. Es profesor de sociología en el Instituto de Estudios Bursátiles y ha impartido clases de ciencia política y metodología en la Universidad Carlos III de Madrid y la Universidad Autónoma de Madrid. Fundador de la consultora Elemental Research. Colaborador habitual en medios de comunicación como RNE, TVE y Canal Sur.</p> |
|---|---|

|   |  |
|---|--|
| Nombre y Apellidos  | D. Álvaro Lario Ruiz   |
| Departamento  | Comunicación   |
| Titulación académica  | Graduado   |
| Correo electrónico  | <a href="mailto:alario@nebrija.es">alario@nebrija.es</a>   |
| Localización  | Campus Facultad de Comunicación y Artes- San Francisco de Sales  |
| Tutoría   | Horario de tutoría<br>Contactar con el profesor previa petición de hora por e-mail   |
| <p>Experiencia docente, investigadora y/o profesional, así como investigación del profesor aplicada a la asignatura, y/o proyectos profesionales de aplicación.</p> | <p>Graduado en Ciencias Políticas con mención en Periodismo por la Universidad Carlos III de Madrid. Máster en Formación del Profesorado por la Universidad Rey Juan Carlos. Cuenta con formación especializada en Marketing y Negociación por la Universidad Claude Bernard de Lyon. En la actualidad trabaja como profesor de Economía en Enseñanza Secundaria, Bachillerato y FPen centros públicos y concertados de la Comunidad de Madrid. Ha trabajado en asesoría de comunicación en instituciones como el Congreso de los Diputados (2018-2021), el Ministerio de Transportes, Movilidad y Agenda Urbana (2021-2023), el Consejo Superior de Deportes (2023) o la Fundación Hay Derecho (2016-2017). También ha impartido programas formativos de comunicación política y liderazgo en la Universidad Nacional Autónoma de Honduras y colaborado en diversos medios como analista.</p> |