

▶ JUSTIFICACIÓN

El manejo adecuado de la comunicación es un componente fundamental para poder acceder al poder vía las urnas o mantenerse en él, dentro de las instituciones. Es también una herramienta valiosa para promover las políticas públicas, aclarar el actuar de las instituciones o del gobierno nacional y local, así como para el mundo de la empresa que desea crecer.

La recién aparición de la comunicación 2.0 y de las nuevas formas de comunicación y de participación política, plantean nuevos desafíos, conocer las estrategias para la construcción de mensajes, el marketing político, se convierte en herramienta indispensable, clave, para el desarrollo de un proyecto político.

▶ METODOLOGÍA

El diplomado en Marketing Político tiene una intensidad de ochenta (80) horas y se desarrolla a través de seis (6) módulos presenciales, en el formato de charla magistral acompañada con talleres y actividades de aplicación práctica, simulaciones, aplicación de casos prácticos, videos y discusión.

▶ DIRIGIDO A

Los profesionales en gobierno, políticos, funcionarios, servidores públicos, líderes de organizaciones y periodistas. Por esta razón, resulta fundamental para todos los ciudadanos que desean lanzarse en una campaña electoral, asesorar alguna o comunicar desde el Estado o la esfera privada, capacitarse en comunicación estratégica para entender las reglas que rigen el mundo de los medios y de la opinión pública para manejar las herramientas necesarias a una campaña de comunicación exitosa.

▶ INVERSIÓN \$900.000

Descuentos aplicables:

Estudiantes y egresados FESC: 15%

Afiliados a Comfanorte: 10%

MÁS INFORMACIÓN



www.fesc.edu.co
coordinacion_ocana@fesc.edu.co

PBX 5623857
Vía universitaria, Ocaña.

VIGILADA MINEDUCACIÓN



DIPLOMADO

MARKETING POLÍTICO

"Para manejar las
Estrategias de
Campaña electoral y
una comunicación
política efectiva"

Duración:
120 horas

(80 horas presenciales,
40 trabajo autónomo)

CONTENIDO TEMÁTICO

MOD. 1 – Reglas y tendencias del comportamiento electoral

Duración: 8 Horas

Conocer las reglas electorales, los actores del juego político y el modo en que éstos interactúan en los procesos electorales.

MOD. 2 – Estrategias de comunicación política: El mensaje, imagen, candidato y desarrollo de la estrategia de campaña

Duración: 16 Horas

- Conocer los principios fundamentales de la comunicación estratégica.
- Establecer las diferencias del ejercicio de la comunicación estratégica para gobierno, elecciones y oposición.
- Desarrollar los diferentes componentes de una estrategia de comunicación.
- Analizar los retos del asesor en comunicaciones estratégicas.

MOD. 3 – Comunicación política, opinión pública, comunicación en crisis y Marketing político 2.0

Duración: 16 Horas

- Aprender a usar la técnica de stroytelling.
- Explorar los principales problemas de la comunicación persuasiva, relacionados con la transmisión de un mensaje y la construcción de credibilidad de un candidato.
- Identificar qué tipo de comunicación de campaña es adecuada para cada tipo o segmento de votantes.
- Proporcionar las herramientas para el manejo las comunicaciones en eventuales crisis y la identificación de los factores que pueden desatlarla, la formulación de estrategias, la aplicación de tácticas en distintos escenarios y la evaluación para aprender lecciones.

MOD. 4 – Métodos de análisis e investigación en el marketing político

Duración: 8 Horas

Fortalecer las competencias en la gerencia de investigación de mercados para la toma de decisiones de campaña en la formulación de la propuesta de valor de un candidato.

MOD. 5 – Gerencia de campañas electorales

Duración: 16 Horas

Familiarizar a los participantes con el proceso de formulación del plan de campaña; estimular la propensión a “pensar y actuar estratégicamente” en los procesos electorales y en la planeación de la acción política, en especial en la planeación y direccionamiento de la campaña.

MOD. 6 – Media training: Discurso y comunicación no verbal

Duración: 16 Horas

- Dar herramientas prácticas a los estudiantes para escribir e interpretar discursos en diversas ocasiones y sobre diversos temas.
- Promover en los participantes el desarrollo y manejo de las habilidades de comunicación no verbales básicas para desempeñarse ante medios de comunicación y audiencias, así mismo, brindarles los conocimientos y las herramientas fundamentales que permiten a los dirigentes políticos presentar sus mensajes con alta efectividad y convertirse en un líder a quien las mayorías siguen.

DOCENTES

Jesús Paredes Casadiego

Diseñador Gráfico, Artista Plástico, Especialista en Marketing Político, Magister en Comunicación Política y Opinión Pública (U. Extrenado de Colombia)

Alberto Hipólito Stainoh

Periodista, Taller Escuela Agencia, Dirección de cine y animación IDAC, Buenos Aires - Argentina

Sonia Verjel Sánchez

Administradora de Empresas, Especialista en Gerencia de Proyectos, Magister en Gerencia de Mercadeo y Ventas, Candidata a doctora en Educación

INICIAMOS

