



MARKETING ELECTORAL E INSITUCIONAL

Presencial y/o en línea.

OBJETIVO:

Que el alumno trabaje en un proyecto personal, al mismo tiempo que cursa los diferentes módulos en el ámbito del marketing político y electoral; así como también conocer y entender la importancia de la comunicación y los medios masivos. El alumno será capaz de crear un plan de medios para el proyecto individual a través de la utilización de la propaganda, las técnicas publicitarias y la comunicación política electoral. Y por último, entender y aplicar en su justa medida las herramientas que siempre acompañaran al marketing en su gestión, como son las relaciones públicas y las encuestas de opinión, entre otras. De este modo, el proyecto individual de cada participante se verá concluido en el contexto del contenido de este diplomado.

DURACIÓN: 4 meses

HORARIOS: Viernes de 5pm a 8pm

Sábados 9am a 1pm

COSTOS: 4 mensualidades de \$2,400.00

Costo total del diplomado: \$9,600.00



CONTENIDO

MODULO I MARKETING POLITICO – ELECTORAL.

MARCO REFERENTE: CONTEXTO Y CONCEPTOS.

- La política
- El marco legal
- Lo publico
- La comunicación
- La propaganda
- La opinión publica

MARKETING POLITICO (GOBIERNO EN FUNCIONES)

- Análisis del contexto político
- El programa de marketing político
- La imagen y comunicación de gobierno
- Plan de marketing interno y externo
- Evaluación de la imagen

MARKETING ELECTORAL

- Los sistemas electorales
- Acceso a la competición electoral, las candidaturas

Igualdad de oportunidad, las normas reguladoras

Investigación del entorno político - electoral

- El partido, el candidato y la candidatura
- Logística, financiamiento y asesoría legal
- La ideología (el programa electoral)
- La campaña política y su organización
- La disputa electoral
- El día de votación y resultados

TALLER. PROYECTO INDIVIDUAL (ENTREGA PARCIAL 1)

EL PLAN DE MARKETING

- La utilidad
- El análisis
- Metas y objetivos
- Estrategias y tácticas de marketing
- Los costos
- El plan y puesta en practica



MODULO II HERRAMIENTAS PROPAGANDÍSTICAS

LA COMUNICACIÓN

- Conceptos
- Modelos
- Teorías
- Niveles y audiencias
- Política, sociedad y cultura mediática

LA COMUNICACIÓN MASIVA Y DIRECTA

- Medios masivos (Tv, radio, prensa, revista, internet y tv de paga)
- Medios directos y de exterior (la carta y sus anexos, volanteo, perifoneo, gran formato (espectacular, etc) móvil y celular, tríptico - díptico.)

PROPAGANDA Y PUBLICIDAD ELECTORAL

- Conceptos
- Comunicación e ideología
- Ideologías políticas
- Posicionamiento
- Campañas de propaganda electoral en formar publicitarias
- La publicidad en internet

LA COMUNICACIÓN POLITICA

- Comunicación y democracia
- Medios e intermediación política
- Comunicación y sistema político
El discurso político
Imagen pública y opinión publica

TALLER. PROYECTO INDIVIDUAL (ENTREGA PARCIAL 1)

EL PLAN DE MEDIOS

- Elaboración del plan de medios



MODULO III HERRAMIENTAS DE CAMPO

MEDIA TRAINING

- ¿Qué es y cómo se aplica?
- El día a día institucional
Manejo de crisis

GRUPOS DE ENFOQUE

- Qué es y cómo se aplica Cámara de Gessel
- Mini focus y focus group
- Ventajas y desventajas del focus group
- Definir segmento y nicho de mercado
- Entrevista inicial, recabación de información
- Elaboración de tópicos
- Perfilamiento de participantes
- Procesos de reclutamiento
- Moderación
- Flash report
- Elaboración de reporte final cualitativo: objetivos, alcances, metodología, conclusiones y recomendaciones

LAS ENCUESTAS DE OPINIÓN (INVESTIGACION CUANTITATIVA)

- Concepto
- Muestreo a través de mapas mentales
- Tipos de cuestionario y su aplicación (personal, cara a cara, postal, telefónica, internet)
- Recabación de información
- Causas de sesgo en información
- Elaboración de reportes estadísticos
- Reporte final con comparativos, conclusiones y recomendaciones

RELACIONES PÚBLICAS COMO ELEMENTO DEL PLAN DE MARKETING POLITICO (PERSUACION Y OPINIÓN PÚBLICA)

- Origen
- Áreas de actuación
- Tareas esenciales



- Actos públicos
Relación con medios
Comunicados
- Entrevistas
- Ruedas de prensa

**TALLER PROYECTO INDIVIDUAL
(ENTREGA PARCIAL 3)**

MODULO IV TALLER (16 HRS)