

Diplomado en Marketing Político Electoral Versión en Línea

Coordinadora académica: M.A. Gisela Rubach Lueters

Nota: Este diplomado es en la modalidad en línea a través de la herramienta Zoom. Se requiere que el participante cuente con computadora, laptop, tablet, teléfono inteligente o cualquier otro dispositivo que permita reproducir audio y video y una buena conexión a internet.

Las clases serán en tiempo real en los días y horario publicados. Las sesiones no serán grabadas y el participante sólo tendrá acceso a las sesiones del diplomado en el grupo al cual se haya inscrito.

Objetivo general

Los participantes adquirirán, mediante una visión estratégica y un enfoque teórico-práctico, las metodologías y herramientas necesarias para entender y poner en marcha una campaña electoral exitosa.

Características del plan de estudios

- El plan de estudios está dividido en siete módulos con seis talleres, estructurados para que el participante diseñe una campaña electoral durante el diplomado.
- La finalidad de los seis talleres es que el participante adquiera habilidades que enriquezcan y pongan en práctica los conocimientos aprendidos.
- El diplomado se evaluará con un plan estratégico de campaña, compuesto por los mecanismos de evaluación de cada módulo.
- Se entregará un diploma de participación a quienes hayan cursado y aprobado todos los módulos.

¿A quién va dirigido?

Dirigentes y miembros de partidos políticos, miembros de organizaciones no gubernamentales, candidatos a puestos de elección popular, investigadores, comunicólogos, mercadólogos, periodistas, funcionarios públicos, asesores, consultores, analistas políticos, miembros de sindicatos, corporaciones e instituciones privadas, así como estudiantes de disciplinas afines.

Módulo 1

MARKETING POLÍTICO Y CAMPAÑAS ELECTORALES

Objetivo

Ofrecer las herramientas del marketing político que se aplican a las campañas electorales. Los participantes conocerán los procesos gerenciales y el marco normativo para el diseño y la coordinación de una campaña electoral en el contexto político actual.

Temario

1. Introducción al marketing político aplicado a campañas electorales
2. Planeación estratégica. Precampaña, intercampaña, campaña
3. Gerencia de la campaña electoral
4. Marco normativo para campañas electorales: nuevas reglas del juego

Módulo 2

INVESTIGACIÓN DEL MERCADO ELECTORAL Y OPINIÓN PÚBLICA

Objetivo

Proporcionar a los participantes información sobre las características del electorado mexicano, así como metodologías y herramientas cuantitativas y cualitativas para que conozcan sus necesidades, actitudes, valores, percepciones, tendencias y expectativas. Los participantes serán capaces de trazar un plan de investigación de campaña electoral y tomar de decisiones estratégicas basadas en los datos.

Temario

1. Decisión electoral
2. Competencia electoral
3. Segmentación del electorado
4. Técnicas de investigación
5. Elaboración del plan de investigación

TALLER: Estudios de investigación para tomar decisiones

Módulo 3

POSICIONAMIENTO DE UNA MARCA GANADORA

Objetivo

Dotar a los participantes de los conocimientos para crear una marca que recoja las necesidades del electorado y que integre de forma estratégica los elementos que resalten atributos y aminoren debilidades, para lograr un posicionamiento favorable.

Temario

1. Construcción de marca
2. Imagen, identidad gráfica, fotografía

3. Branding personal
4. Confección del mensaje. Storytelling y soundbites

TALLER: Imagen ganadora

Módulo 4

DISEÑO DE COMUNICACIÓN ELECTORAL

Objetivo

Impartir los conocimientos necesarios para que los participantes diseñen un esquema eficaz de comunicación interna y externa en una campaña electoral, mediante los productos de la comunicación y de la mercadotecnia electoral.

Temario

1. Estrategia de comunicación
2. Comunicación interna
3. Diseño de la propaganda electoral
4. Canales de difusión. Plan de medios
5. Campaña negativa y de guerrilla
6. Manejo de crisis

TALLER: Desarrollo de habilidades de comunicación asertiva

Módulo 5

MARKETING ELECTORAL

Objetivo

Proporcionar a los participantes las herramientas más avanzadas para analizar, planear, diseñar y evaluar una campaña digital eficaz, como parte de una estrategia de comunicación electoral para alcanzar, interactuar y persuadir a segmentos del electorado.

Temario

1. Usos y alcances de las herramientas digitales en campaña (redes sociales, aplicaciones, blogs, sitios web)
2. Preparación de la estrategia de mercadotecnia digital
3. Planeación de medios digitales
4. Métricas y monitoreo
5. Inteligencia Artificial aplicada al marketing digital
6. Ciberestrategia

TALLER: Manejo de crisis en redes sociales

Módulo 6

OPERACIÓN POLÍTICA Y ELECTORAL

Objetivo

Familiarizar a los participantes con la relevancia del trabajo de campo, así como con los conocimientos para organizar y operar una campaña política exitosa.

Temario

1. Negociación política
2. Campaña de campo
3. Modelos de estructuras
4. Preparación de la agenda estratégica
5. Evaluación y auditoría
6. Día D
7. Acciones poselectorales

TALLER: Ingeniería electoral

Módulo 7

ESTRATEGIA GANADORA DE CAMPAÑA

Objetivo

Analizar y valorar estrategias y tácticas electorales en diferentes contextos para que los participantes integren, evalúen y amplíen los planteamientos estratégicos aprendidos en los módulos anteriores, para que diseñen el plan estratégico de campaña (PEC).

Temario

1. ¿Qué es y para que sirve Political Intelligence?
2. Diseño del PEC
3. Estrategia de propuesta
4. Estrategia de contraste
5. Estrategia negativa
6. Análisis de estrategias ganadoras y perdedoras
7. Evaluación y medición de estrategia

TALLER: Elaboración de campaña electoral

Coordinadora académica

Mtra. Gisela Rubach

Licenciada y Maestra en Administración por el Instituto Tecnológico Autónomo de México (ITAM), donde desde 1983 se ha desempeñado como catedrática a nivel licenciatura y posgrado, recibiendo en varias ocasiones reconocimientos a la Excelencia Académica.

Considerada como una pionera en el marketing político, es la estrategia política más reconocida del país con más de 400 campañas electorales en México, Centro y Sudamérica. En su trayectoria ha asesorado a diversos Presidentes, Gobernadores, Senadores, Diputados Federales y Locales, así como Alcaldes.

La revista Cambio en una edición especial la mencionó como una de las 300 personalidades más influyentes en México.

Actualmente es Directora General de Consultores y Marketing Político S.C. y Coordinadora de los Diplomados y Seminarios de Marketing Político en el ITAM. También es conferencista internacional en diversas universidades, seminarios, cumbres y congresos en toda América. Ha publicado diversos artículos especializados en periódicos y revistas.