

DIPLOMADO

Mercadotecnia política “Campañas electorales”

(En colaboración con el Centro Interamericano de Gerencia Política)

Reseña del programa	Programa preparado de forma tal que los integrantes de un mismo equipo de campaña obtendrán de manera intensiva las herramientas mercadológicas fundamentales que deben considerarse en toda contienda electoral para garantizar el éxito.
Coordinador	Carlos Escalante
Currículum del coordinador	Licenciado en Ciencias Administrativas con estudios de posgrado en Gerencia de Campañas Políticas en George Washington University y de Alta Gerencia en la Universidad Central de Venezuela. Actualmente es Director Ejecutivo de Centro Interamericano de Gerencia Política, con sede en Miami, Florida.
Perfil de ingreso	<ul style="list-style-type: none"> · Dirigentes y miembros de partidos políticos, candidatos a gobernadores, candidatos a diputados federales, candidatos a diputados locales, presidentes municipales, concejales, síndicos, coordinadores de campaña y sus equipos, jefes de campaña, encargados de comunicación de las campañas, consultores políticos, investigadores de opinión, comunicadores, publicistas y todas aquellas personas interesadas en el manejo de las campañas electorales.
Objetivos	<ul style="list-style-type: none"> · Revisar los últimos avances y técnicas modernas en el campo de la gerencia de campañas políticas y sus aplicaciones prácticas. · Incrementar sus habilidades profesionales para la elaboración de planes de campaña exitosos en todos sus niveles. · Tener una visión completa de lo que una campaña profesional implica en cada una de sus etapas. · Compartir los conocimientos y las experiencias con un grupo de especialistas con una comprobada trayectoria internacional y nacional en el diseño estratégico de campañas políticas ganadoras.
Contenido temático	<p>Módulo I</p> <p>ORGANIZACIÓN POLITICA Y DIRECCION DE CAMPAÑAS</p> <ul style="list-style-type: none"> · Objetivos de la campaña. · El plan de campaña. · El uso del tiempo. · El director de campaña. · Dirección y organización. · El modelo de Mercadotecnia política moderno. · Los Partidos políticos Mexicanos.

DIPLOMADO

Mercadotecnia política “Campañas electorales”

(En colaboración con el Centro Interamericano de Gerencia Política)

Contenido temático

Módulo II

INVESTIGACIÓN POLITICA PARA CAMPAÑAS ELECTORALES

- Investigación cualitativa.
- Investigación cuantitativa.
- Análisis de resultados electorales.
- Entrevistas de profundidad.
- Segmentación.
- Muestreo.

Módulo III

ESTRATEGIAS ELECTORALES Y ANALISIS POLÍTICO

- Introducción a la estrategia política.
- Tipos de estrategia típicas.
- Desarrollo de mensaje.
- Canales de comunicación.
- Análisis político Mexicano.
- Estrategias de ataque y defensa.

Módulo IV

COMUNICACIÓN POLITICA Y DIFUSIÓN DEL MENSAJE

- Construcción del mensaje de campaña.
- Entender los medios.
- El mensaje en los medios masivos.
- La TV y su impacto en las campañas.
- La influencia de la radio.
- La nueva ley electoral mexicana y su impacto en la comunicación.

Módulo V

MERCADOTECNIA DIRECTA

- Manejo de Bases de datos.
- Correo Directo.
- Manejos de Call Center.
- Tecnología aplicada.
- Internet en las campañas.
- Mapeo computarizado.

DIPLOMADO**Mercadotecnia política “Campañas electorales”***(En colaboración con el Centro Interamericano de Gerencia Política)*

Contenido temático	Módulo VI MANEJO DE MEDIOS Y RELACIONES CON LA PRENSA <ul style="list-style-type: none">· La relación con la prensa.· La estrategia de medios de la campaña.· Presentación ante los medios.· Preparación para entrevistas televisivas exitosas.
Informes	Julio A. Martínez Castillo Tel. 59.50.40.00 Ext. 7249, 7614 julio.martinez@uia.mx
Coordinadora del área	Lic. Mónica Reyes Castro Tel. 59.50.40.00 Ext. 7602 monica.reyes@uia.mx

La Universidad Iberoamericana se reserva el derecho de posponer o cancelar los programas. Todos los alumnos de la Dirección de Educación Continua quedan regidos por los reglamentos generales de la Universidad Iberoamericana, así como de los reglamentos particulares internos.