

Diplomado en Comunicación y Marketing Político

Modalidad presencial

PRESENTACIÓN

El entorno político actual ha cambiado significativamente en los últimos años, en gran medida como resultado de un sin número de movimientos sociales y activistas, que transformaron sustancialmente la forma de comunicación entre ciudadanos y sus gobernantes. En este contexto, atender los nuevos desafíos que supone el ejercicio político, requiere profesionales actualizados en las estrategias de marketing y comunicación que le permitirán desarrollar campañas tanto para candidatos, organizaciones políticas e instituciones gubernamentales capaces de hacer llegar el mensaje correcto a las distintas audiencias a través del uso del bigdata, los medios offline, online y redes sociales:

El diplomado en Comunicación y Marketing Político, es un programa que facilita la adquisición de conocimientos prácticos sobre la comunicación estratégica y la política contemporánea, buscando hacer más efectivo el posicionamiento y reconocimiento de los diferenciales que tienen los líderes políticos en sus propuestas de gobierno.

OBJETIVOS DEL PROGRAMA

GENERAL

Proporcionar a los participantes las herramientas de marketing y comunicación política que le permita diseñar y planear campañas electorales creativas e innovadoras en el entorno político actual, mediante el uso de canales digitales, el social media marketing, el big data y la construcción de imagen política acorde a los requerimientos de la audiencia electoral.

ESPECÍFICOS

- Conocer el origen y fundamento de la democracia, el ejercicio electoral y los problemas políticos contemporáneos.
- Ser capaz de analizar la opinión pública a través del Big Data, para su aplicación al diseño de campañas y estrategias de comunicación política.
- Elaborar un plan de marketing y comunicación política digital adaptado a las ideas y propuestas de gobierno.
- Realizar seguimiento, diseño y evaluación de campañas electorales frente a las necesidades y objetivos propuestos.
- Aprender sobre el diseño de proyectos de consultoría a la medida de los requerimientos de los clientes.

PERFIL DEL INTERESADO

- Asesores de campaña, investigadores, analistas y periodistas políticos.
- Profesionales en comunicación social, periodismo, relaciones internacionales y marketing.
- Candidatos políticos, equipo de gobierno y gobernantes electos.
- Funcionarios públicos, miembros de partidos políticos.
- Líderes de campaña y consultores políticos.
- Agencias de Marketing político.
- Activistas sociales.

METODOLOGÍA

- Recibirás una formación integral en donde combinamos sesiones teóricas de conceptos junto con ejercicios prácticos de campañas políticas reales a través del acompañamiento nuestros expertos, de igual manera serás capaz de interactuar en entornos y canales digitales, siendo un medio de alta relevancia en las campañas políticas actuales.
- Modelo de campaña en Marketing político digital según necesidades de los participantes.
- Uso de simulaciones de campañas electorales actuales para el ejercicio académico y la apropiación de conceptos.
- Ejercicios prácticos de generación de contenido en social media marketing y marketing político digital .

Módulo

Contenido

Intensidad

1	ANÁLISIS POLÍTICO CONTEMPORÁNEO, DEMOCRACIA Y GOBERNABILIDAD.	<ul style="list-style-type: none">• (Tema 1). Democracia y su evolución histórica.• (Tema 2). Cultura digital, la democracia y la participación ciudadana.• (Tema3). Nuevas formas de participación política y sistemas políticos contemporáneo.• (Tema 4). Actores políticos, grupos de interés y movimientos sociales.	12 horas
----------	--	---	-----------------

2	CONSULTORÍA POLÍTICA: DISEÑO Y GESTIÓN DE CAMPAÑAS ELECTORALES	<ul style="list-style-type: none">• (Tema 1). Gestión de proyectos de consultoría política.• (Tema 2). Alcance de la consultoría en marketing político.• (Tema 3). Acciones de emprendimiento para el lanzamiento de un proyecto de consultoría política.	6 horas
----------	---	---	----------------

3	MARKETING POLÍTICO Y PLANEACIÓN ESTRATÉGICA DE LA CAMPAÑA	<ul style="list-style-type: none">• (Tema 1). Principios del marketing político.• (Tema 2). Marketing mix al desarrollo de estrategias de la campaña política.• (Tema 3). Diseño y planning estratégico de campañas electorales.• (Tema 4). Creatividad e innovación para el desarrollo de campañas de marketing político.• (Tema 5). Las acciones de publicidad como instrumento comunicativo. <p><i>Simulación de caso</i></p>	18 horas
----------	--	--	-----------------

4	COMUNICACIÓN POLÍTICA	<ul style="list-style-type: none">• (Tema 1). Fundamentos de la comunicación política.• (Tema 2). Diseño estratégico de la imagen del candidato.• (Tema 3). Gestión de la comunicación política: eventos, lobby y RRPP.• (Tema 4). Estrategia de media training y vocería en el entorno digital.• (Tema 5). Comunicación en situaciones de crisis: técnicas de prevención, gestión y manejo. <p><i>Simulación de caso</i></p>	18 horas
----------	------------------------------	---	-----------------

5	DATA SCIENCE PARA LA SEGMENTACIÓN DEL MERCADO ELECTORAL	<ul style="list-style-type: none">• (Tema 1). Investigación del contexto de una campaña electoral.• (Tema 2). Métodos cuantitativos y cualitativos de análisis de la opinión pública.• (Tema 3). Antropología digital y análisis de social media.• (Tema 4). Herramientas para la visualización de datos: Integración en el discurso político. <p><i>Simulación de caso</i></p>	12 horas
----------	--	--	-----------------

6	CONSULTORÍA POLÍTICA: DISEÑO Y GESTIÓN DE CAMPAÑAS ELECTORALES	<ul style="list-style-type: none">• (Tema 1). Contexto y fundamentos de la comunicación política digital.• (Tema 2). Posicionamiento político digital.• (Tema 3). Storytelling político: aplicación en la construcción de estrategias de comunicación digital.• (Tema 4). Estrategia política en redes sociales (Política 2.0)• (Tema 5). Planificación de una campaña publicitaria en entornos digitales• Herramientas de analítica digital para la medición de tu campaña digital: Social Ads, Social Analytics, Web Analytics. <p><i>Proyecto sobre campaña de marketing digital</i></p>	24 horas
----------	---	--	-----------------

Duración del evento

90 horas en 30 sesiones académicas para un total de 10 semanas

EQUIPO DOCENTE

Expertos en esta área del conocimiento



HAIDY JOHANNA MORENO CEBALLOS COORDINADOR ACADÉMICO

Magister en Psicología del Consumidor de la Universidad Konrad Lorenz, y profesional en Mercadeo, con alto conocimiento en indicadores comerciales y de gestión, apasionada por el liderazgo, y la gestión académica. Actualmente líder los programas de Mercadeo, a cargo de la dirección de la línea de investigación de Marketing en las organizaciones y miembro del equipo de innovación de la Universidad Ean. Alto conocimiento en la creación de productos académicos, para educación continuada, formación profesional y proyección social.

Alta capacidad para planificar e implementar la gestión de las actividades curriculares, docentes y de promoción y posicionamiento de la universidad y los programas a cargo, seguimiento al plan de Institucional mediante metodología OKR´s.

Consultora en áreas de investigación de mercados, comportamiento de compra, formadora en temas dirección comercial, experiencia en servicio y comportamiento del consumidor, para importantes empresas y agremiaciones; tales como: Andigraf, Acovedi, Colcob, Andigraf, Codensa, Telefónica, Juan Valdez, Sodimac-Costructor, Positiva ARL, Coopidrogas, ente otros.



LUDWING NEIL NIÑO PÉREZ DOCENTE

Abogado, Esp. Opinión Pública, Comunicación Estratégica y Marketing Político.

Abogado con formación profesional en política desde escenarios de asesoramiento y acompañamiento. Experiencia en la participación de campañas electorales por más de 20 años. Asesor en comunicación de gobierno, comunicación estratégica electoral y derecho electoral.



DAMARIX PABÓN QUEVEDO DOCENTE

A lo largo de mis más de 13 años de experiencia, he combinado dos grandes áreas de acción que me brindan habilidades particulares y que son de gran valor para las organizaciones: Por un lado, la comunicación para el desarrollo y el trabajo con las comunidades; y por el otro, el posicionamiento de marca y las relaciones públicas. Además, soy una apasionada por la pedagogía y la generación de metodologías ágiles e innovadoras para poblaciones específicas. Tengo una trayectoria que me ha permitido ocupar cargos de asesoría, coordinación y liderazgo en empresas consultoras, sector público y la cooperación internacional.



MARIA PAULA RUBIO MORENO DOCENTE

Comunicadora social organizacional de la Universidad Santo Tomás, con una maestría en Administración de empresas de la Universidad de La Salle. Con más de 10 años de experiencia profesional como directora de Comunicaciones, consultora en Marketing Digital y Marketing Político en varias empresas. Experta en manejo de crisis y reputación, entrenamiento a voceros y relaciones públicas. En el ámbito académico llevo más de 5 años de experiencia como docente tanto en pregrado como en posgrado llevando a la academia un poco de mi experiencia profesional en la empresa.



JUAN SEBASTIÁN DELGADO DOCENTE

Consultor y conferencista internacional con más de 11 años de experiencia en comunicación digital y política. Ha participado en diferentes procesos electorales en Colombia, Perú y Aruba y ha liderado proyectos de comunicación digital en diferentes empresas del país.

Autor del E-Book: Claves para entender la Comunicación Digital Política y coordinador del libro "Entre información y conspiración. Comunicación digital en tiempos de crisis". Galardonado con el Youth Leadership Award que entrega la Academia de las Artes y las Ciencias Políticas de Washington, ganador de tres premios ACOPOL y nominado al REED Latino. Incluido en la lista de los 100 Profesionales políticos más influyentes del año 2020 por la revista Washington COMPOL.

Vicepresidente de la Asociación Colombiana de Consultores Políticos - ACOPOL - y bloguero en Eltiempo.com. Ha sido invitado como speaker en Brasil, Perú, Panamá, Costa Rica, República Dominicana y México, así como diferentes ciudades de Colombia.



MARIA PAULA RUBIO MORENO DOCENTE

Comunicadora social organizacional de la Universidad Santo Tomás, con una maestría en Administración de empresas de la Universidad de La Salle. Con más de 10 años de experiencia profesional como directora de Comunicaciones, consultora en Marketing Digital y Marketing Político en varias empresas. Experta en manejo de crisis y reputación, entrenamiento a voceros y relaciones públicas. En el ámbito académico llevo más de 5 años de experiencia como docente tanto en pregrado como en posgrado llevando a la academia un poco de mi experiencia profesional en la empresa.

RECURSOS TECNOLÓGICOS

Uso de la plataforma Webex. Todos los docentes y estudiantes deberán tener un buen acceso a internet, sonido y cámara para poder facilitar las sesiones.

CERTIFICADOS

La Universidad Ean expide un certificado por participación a quienes asistan al 80% de las sesiones programadas. Los certificados se generan y entregan el día de cierre del programa únicamente a aquellos participantes que hayan cumplido con el mínimo requerido en la presente propuesta en la sesión inmediatamente anterior a la finalización.

DURACIÓN

90 horas