

## OBJETIVO

Generar herramientas de análisis e interpretación con una visión estratégica - metodológica de la mercadotecnia política, a través los principios fundamentales de la mercadotecnia, la opinión pública, el diseño de mensajes y la selección de canales de comunicación adecuados, con el fin de ejecutar estrategias de marketing político efectivas en campañas electorales y en la gestión de la imagen de los líderes políticos.

## DIRIGIDO A

Estudiantes, personal docente de instituciones educativas públicas y privadas de nivel superior, funcionarias y funcionarios públicos, personas de empresas privadas. En general a profesionales o estudiantes que, independientemente de su área de conocimiento y práctica laboral, tengan el interés de conocer el manejo, análisis y desarrollo de las campañas político-electorales, que ayudará a los procesos de creación de diferentes propuestas políticas, que satisfagan las necesidades y demandas de las y los ciudadanos, generando un mayor interés electoral.

## FUNDAMENTACIÓN

El marketing político estrecha la relación entre el electorado y la persona candidata, gobierno, partido y/o grupo político, por medio de diferentes métodos, técnicas y prácticas, con el fin de atender las necesidades de la sociedad, promoviendo la participación y manteniendo informada a la población en general, sobre los trabajos realizados durante el periodo electoral. En este contexto, situamos la importancia y las repercusiones en la evolución de las diferentes técnicas, herramientas y tecnologías utilizadas para construir imágenes fuertes y carismáticas ante un público objetivo, ampliando sus alcances a través de las nuevas tendencias vinculadas a las redes sociales, proporcionando una comunicación más efectiva.

**NOTA: REVISAR EN SU JEFATURA DE CARRERA LA VALIDACIÓN DE OPCIÓN DE TITULACIÓN.**

## DIRECTORIO FES ARAGÓN

M. en I. Fernando Macedo Chagolla  
**Director**

Mtro. Mario Marcos Arvizu Cortés  
**Secretario General**

Ing. Alexis Sampedro Pinto  
**Secretario Académico**

Lic. Jorge Andrés Trejo Solís  
**Secretario Administrativo**

M. en C. Felipe de Jesús Gutiérrez López  
**Secretario de Vinculación y Desarrollo**

Mtro. Arturo Sámano Coronel  
**Jefe de la División de Universidad Abierta,  
Continua y a Distancia**

Dr. Julio César Ponce Quitzamán  
**Jefe de la División de Ciencias Sociales**

Mtra. Anayelli García Peñaloza  
**Jefa de la Carrera de Derecho**

Mtro. Roberto Herrera de León  
**Jefe de la Carrera de Economía**

Lic. Hugo Eduardo Flores Sánchez  
**Jefe de Educación Continua**

**RESPONSABLE ACADÉMICO**  
Mtra. Fabiola Sánchez Martínez y  
Lic. María Guadalupe Galván García

**DURACIÓN**  
270 h

**HORARIO**  
Sesiones sabatinas y  
entre semana (síncronas)  
y sesiones en plataforma(asíncronas)

**SEDE**  
FES Aragón

**MODALIDAD**  
A distancia



# DIPLOMADO

Con opción a titulación

## Mercadotecnia política y electoral

*“Educación para toda la vida”*



**Informes e Inscripciones**  
Coordinación de Educación Continua FES Aragón,  
Av. Universidad Nacional s/n Col. Impulsora, planta baja edificio de la  
DUACyD Tel. 5623-0222 ext. 83003 y 83024,  
educacioncontinua@aragon.unam.mx  
www.aragon.unam.mx

# ESTRUCTURA MODULAR

## I. MARKETING POLÍTICO

Experto Especialista: Dra. Anna Laura Montiel Álvarez

- Comunicación Política, opinión pública.
- Mercadotecnia política y electoral.
- Plan de Marketing Político.
- ¿Qué es una campaña política?
- Comunicación emocional.

Duración: 30 horas.

## II. ENTORNO SOCIAL Y POLÍTICO

Experto Especialista: Mtro. Jonathan Juárez Melgoza

- Sociedad, poder y política.
- Sistemas políticos.
- Del liderazgo a la legitimación.
- Investigación social y estudios de opinión.
- Política en el entramado contemporáneo.

Duración: 30 horas.

## III. OPERACIÓN POLÍTICA Y COMPORTAMIENTO ELECTORAL

Experto Especialista: Mtra. Tamara Barra Monzón

- El voto y la participación.
- El voto y sus teorías.
- El rol de las emociones en la participación política.
- Operación y movilización política.
- Análisis y evaluación cuantitativa de campañas y gobiernos.
- Análisis y evaluación cualitativa de campañas y gobiernos.

Duración: 30 horas.

## IV. COMUNICACIÓN POLÍTICA

Experto Especialista: Lic. Adriana Cristina Pineda Pérez

- Introducción a la comunicación política.
- Comunicación política con perspectiva de género e inclusión.

- Estrategias de comunicación política.
- Construcción de personaje.
- Control de crisis y análisis de riesgo.

Duración: 30 horas.

## V. CAMPAÑAS CON PERSPECTIVA DE GÉNERO, DIVERSIDAD E INCLUSIÓN

Experto Especialista: Dra. Georgina Cárdenas Acosta y Lic. Estefanía Veloz Rodríguez

- Perspectiva de género y democracia.
- Participación política de las mujeres y acciones afirmativas.
- Violencia política contra las mujeres en razón de género (VPMRG) y procesos electorales.
- Incorporación de la perspectiva de género en las campañas electorales.
- Lenguaje incluyente en las campañas electorales.
- Presupuesto con perspectiva de género.
- Campaña proselitista con perspectiva de género.
- Mensajes de campaña: estereotipos y prejuicios al papel de la mujer en la política.
- La igualdad de género en los medios de comunicación y las redes sociales: mensajes efectivos.

Duración: 30 horas.

## VI. COMUNICACIÓN ELECTORAL

Experto Especialista: Mtro. Javier Sánchez Galicia

- Estrategia de comunicación.
- Diseño de propaganda electoral.
- Plan de medios y canales de difusión.
- Mercadotecnia de guerrilla.
- Campañas negativas.
- Manejo de crisis.
- Comunicación asertiva.
- Branding político (conceptos y casos).

Duración: 30 horas.

## VII. COMUNICACIÓN EXTERNA

Experto Especialista: Lic. Gustavo Zúñiga Colín

- Los mapas mentales y el discurso.
- La comunicación verbal.
- La comunicación no verbal.
- Persuasión política.
- El debate.
- Entrenamiento de medios (Media training).

Duración: 30 horas.

## VIII. NEUROMARKETING

Experto Especialista: Mtra. Fabiola Sánchez Matínez y Lic. María Guadalupe Galván García

- Neuromarketing (neurociencia del comportamiento ciudadano).
- Neuromarketing político.
- Tecnologías y técnicas.
- Tipos de Neuromarketing.
- Modelos de funcionamiento del cerebro de la ciudadanía: tres cerebros.

Duración: 30 horas.

## IX. HERRAMIENTAS DIGITALES EN CAMPAÑA

Experto Especialista: Lic. Gustavo Zúñiga Colín y Lic. César Harfuch Prieto

- Imagen, publicidad y comunicación.
- Trabajo digital: usos y alcances de las herramientas digitales en el marketing político.
- Planeación de medios digitales.
- Métricas y monitoreo.
- Manejo de crisis en redes sociales.

Duración: 30 horas.