

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: REVSAR EN SU JEFATURA DE CARRERA LA VALIDACIÓN DE OPCIÓN DE TITULACIÓN.

DIRECTORIO FES ARAGÓN

Mtra. Araceli Romo Cabrera
Directora

Mtro. Manuel Silva Sánchez
Secretario General

Ing. Alexis Sampedro Pinto
Secretario Académico

Ing. Juan Carlos Ortíz León
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

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

M. en A. Isabel Chávez Hernández
Jefa de Educación Continua

RESPONSABLE ACADÉMICO

Mtra. Fabiola Sánchez Martínez y
Lic. María Guadalupe Galván García

DURACIÓN

270 h

HORARIO

Miércoles de 19:00 a 21:00 h (síncronas)
Sábados de 8:00 a 12:00 h (síncronas)
y sesiones en plataforma (asíncronas)

SEDE

CACP los Galeana

MODALIDAD

A distancia



DIPLOMADO

Con opción a titulación

Mercadotecnia política y electoral

"Educación para toda la vida"



Informes e Inscripciones

CACP los Galeana, Av. Francisco Morazán #110 col. La pradera, alcaldía GAM,
Tel. 2158-7777 y 2651-7897, 2651-7897

<https://cedco.aragon.unam.mx/sigedco/eventos/CEDCO/>

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

- 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 POLÍTICO

Experto Especialista: Mtra. Fabiola Sánchez Martínez 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.