



Diplomado en marketing pol3tico y estrategia de campa3as

Descripci3n del diplomado y objetivo general

La pol3tica es el espacio de la vida p3blica de los ciudadanos que influye de manera determinante en el ejercicio de derechos y obligaciones. Dentro del 3mbito pol3tico, son las campa3as electorales el necesario espacio de comunicaci3n que conecta con los ciudadanos y les permite ejercer un derecho esencial: elegir a sus gobernantes.

En este sentido, contar con informaci3n acerca de las estrategias de comunicaci3n presentes en los espacios electorales resulta no solo atractivo sino deseable para aquellos que se ubican en los diversos 3mbitos de informaci3n y/o toma de decisi3n durante los procesos electorales.

El Diplomado en Marketing Pol3tico busca proveer de conocimientos esenciales en torno a la Comunicaci3n, La Comunicaci3n Estrat3gica y el Marketing Pol3tico, como 3reas de conocimiento integradas e integrales a los procesos de comunicaci3n en campa3a.

Es por todo lo anterior que, la Escuela de Periodismo Carlos Septi3n Garc3a ofrece un Diplomado en Marketing Pol3tico que busca formar e informar a todos aquellos que est3n involucrados en equipos de campa3a o bien que se dediquen a seguir, desde la cr3nica y el periodismo a las campa3as pol3tico electorales en M3xico.

Objetivos espec3ficos

1. Identificar los rasgos esenciales del sistema electoral mexicano y las caracter3sticas del elector mexicano.
2. Analizar los rasgos de la estrategia de campa3a. Sus elementos constitutivos y sus procesos.
3. Conocer el lugar y el papel del Marketing Pol3tico en las Campa3as Pol3ticas. Identificar su origen y evoluci3n.



**Escuela de
Periodismo
Carlos Septi3n
Garc3a**

4. Ubicar el lugar de la construcci3n de imagen y la capacidad y ejercicio comunicativo del pol3tico para lograr los objetivos de comunicaci3n en campa1a a trav3s del uso y aplicaci3n de diversas t3cnicas.

5. Aplicar los conocimientos adquiridos en un ejercicio pr3ctico de comunicaci3n.

Programaci3n general

Semana 1 (20 de enero). El sistema electoral y el elector mexicano

Semana 2 (27 de enero). Las campa1as pol3ticas

Semana 3 (3 de febrero). De la propaganda al marketing pol3tico

Semana 4 (10 de febrero). El marketing pol3tico

Semana 5 (17 de febrero). Marketing pol3tico y comunicaci3n

Semana 6 (24 de febrero). La comunicaci3n en medios. Media training

Semana 7 (3 de marzo). La comunicaci3n en medios. Media training

Semana 8 (10 de marzo). Evaluaci3n final (trabajo en equipo)
(presentaci3n en estudio de TV SEPTIEN)