

SEMINARIO SOBRE COMUNICACIÓN POLÍTICA Y CAMPAÑAS ELECTORALES

Organización y ejecución de campañas electorales

OBJETIVOS

Proporcionar a los participantes los elementos teóricos - prácticos para el desarrollo integral de la campaña, definiendo todos los aspectos estratégicos y tácticos que están presentes en el proceso electoral de su comunidad de pertenencia.

DESTINATARIOS

Candidatos a intendentes y concejales, dirigentes políticos, potenciales líderes políticos, funcionarios públicos, asesores, miembros de partidos políticos que muestren la necesidad de contar con elementos teóricos para ser aplicados en una práctica concreta de campaña.

DOCENTE

Lic. Gustavo Santiago – Politólogo especializado en Comunicación Política y Marketing Político.

Apertura: Presentación

Objetivos del seminario y modalidades de trabajo.

Presentación de los/as participantes.

Medios de comunicación, política y campañas electorales

Mitos y realidades acerca del impacto de los medios en la política argentina.

Usos y funciones de las campañas electorales.

Situación Política – Electoral de la Argentina en el 2006

El escenario político nacional.

El electorado “desregulado”.

Imagen

- Definición de imagen.
- Proceso de construcción de la imagen. El candidato, el partido.
- La utilización de los medios en la construcción de la imagen.

El concepto de imaginario social

La imagen vs lo real

Lo público vs lo privado.

La Imagen del candidato y la del Partido.

El candidato y el partido frente a la Videopolítica

Marketing Político y Marketing Comercial.

La videopolítica.

Elementos comunes y diferenciales del marketing comercial y el marketing político.

Evolución de los sistemas y estrategias de Comunicación Política.

Tipos de Campañas

Organización de campañas electorales.

Diagnóstico sociodemográfico y análisis político del distrito.

Equipo de campaña y recursos humanos.

Recursos materiales y económicos.

Comunicación interna.

Trabajo grupal: análisis crítico y síntesis en presentaciones

Establecimiento de objetivos y electorado meta.

Ejes y temas de campaña.

Slogan y piezas de campaña

Seguimiento y evaluación.

Los Ejes de la Campaña

El Concepto Central de la Campaña.

Los temas de la campaña

Elección del Adversario

Posicionamiento

Promesa

Apoyo de la Promesa

Acciones de la Campaña
Elección de los medios de la campaña.
Acciones de mantenimiento.
Acciones de Conquista.
Medios Alternativos de hacer campaña
Elaboración de mensajes diferenciales
Acciones de campaña diferenciales.
Cómo atacamos al adversario.
Quién ataca. Quién defiende.
Teoría del rumor

Medios
Plan de medios.
Para que sirve cada medio frente a una elección.
Elección, prioridades y soportes
El candidato ante la prensa
-Conferencia de Prensa.-Entrevista-Debate-Mesa redonda
-Panel

Gacetilla

Encargar una encuesta, decidir la realización de un acto político determinado, evaluar la conveniencia de concurrir a cierto programa político son tareas que un dirigente político con experiencia y criterio puede decidir sin mayores problemas. Saber que hay que preguntar en esa encuesta, leer cabalmente sus resultados, evaluar si determinado acto político es conveniente en función de la estrategia global de la campaña o que postura conviene mostrar frente a un debate televisivo son cuestiones muy sensibles que requieren cada vez mas de asesoramiento, y exigen una conducción técnica política especializada.

Las campañas políticas no han pasado a ser patrimonio exclusivo de expertos en marketing político, politólogos, publicistas, sociólogos etc.; pero sin su asesoramiento será cada vez más difícil alcanzar el éxito.

Por ello este seminario proporciona a los participantes elementos teóricos - prácticos para el desarrollo integral de la campaña, definiendo todos los aspectos estratégicos y tácticos que están presentes en el proceso electoral de su comunidad de pertenencia, con una metodología de trabajo orientada al abordaje de la planificación y práctica de acciones destinadas a lograr una eficaz comunicación con la ciudadanía.