



DIPLOMADO:

Marketing Político y Comunicación de Gobierno



En alianza con:



Konrad
Adenauer
Stiftung



La política no
es más que una
buena estrategia.



¿A QUIÉN ESTÁ DIRIGIDO?

El programa está dirigido a profesionales de Marketing, Investigación de Mercado, Periodismo, Administración Pública, Agencias de Publicidad, Sector Político, Poder Ejecutivo, Poder Legislativo, Gobiernos Regionales y Locales, Derecho y Consultoría Política y que buscan desarrollar sus competencias en el campo de la Comunicación Política y de Gobierno.



OBJETIVOS

- Desarrollar en 11 semanas (33 sesiones) un diplomado que obedezca a las nuevas tendencias/metodologías en el campo del Marketing Político.
- Desarrollar el talento en la investigación así como de la planificación en el equipo con la finalidad de aplicarlo en el desarrollo de estrategias de comunicación, dirección de campañas electorales y acciones de promoción de instituciones públicas.
- Analizar casos reales tanto en el ámbito nacional como internacional, e incluir talleres de trabajo utilizando técnicas de comunicación política que puedan ser de aplicación práctica en la solución /desarrollo del trabajo cotidiano en el campo del Marketing Político.

AL EGRESAR, EL ALUMNO ESTARÁ CAPACITADO PARA:

- Brindar asesoría técnica y científica a partidos políticos, grupos de sociedad civil y gobiernos en materia de comunicación política.
- Identificar y utilizar las teorías pertinentes del campo de la comunicación política, la comunicación de masas, la retórica y la psicología cognitiva para el desarrollo de estrategias políticas electorales o gubernamentales.
- Analizar información científica sobre coyunturas políticas, estudios de opinión para su aplicación a campañas electorales, de incidencia política y comunicación de gobierno a distinto nivel.
- Seleccionar los métodos más adecuados y avanzados de investigación social para utilizarlos en el ámbito de la comunicación política.
- Desarrollar diferentes estrategias y campañas políticas a nivel de partido, sociedad civil y gobierno.
- Aplicar herramientas de la comunicación, el marketing y la publicidad política en el ámbito de la comunicación institucional, electoral, medios de comunicación y social media.
- Ayudar con el making de candidatos, es decir, identificar, construir y potenciar los atributos personales de individuos en características que potencien una carrera política.
- Brindar apoyo en la gestión de procesos de crisis en organizaciones públicas, de sociedad civil y agrupaciones políticas.



MÓDULOS DE ESTUDIO

[MÓDULO 01]

Introducción a la Comunicación Política

- Teorías aplicadas al campo de la comunicación política
 - Opinión pública
 - Liderazgo político
-

[MÓDULO 02]

Investigación social y comunicación política

- Métodos cuantitativos para el estudio de la comunicación política
 - Métodos cualitativos para el estudio de la comunicación política
 - Big Data
 - Técnicas de análisis del entorno político: prospectiva y coyuntura
-

[MÓDULO 03]

Consultoría y Marketing político-electoral

- Consultoría y asesoramiento política: la trastienda de la campaña
 - Modelos de campañas
 - Planificación y Dirección Estratégica de campañas
-

[MÓDULO 04]

Contextos de comunicación política

- Publicidad y marketing político
 - Relaciones con los medios
 - Comunicación 2.0
-

[MÓDULO 05]

El Making del candidato

- Retórica y argumentación política
 - Storytelling y Speechwriting
 - Media training
 - Taller de debates
-

[MÓDULO 06]

Comunicación gubernamental

- Estrategias de Comunicación para Gobiernos
- Lobby
- Gestión de Crisis política y comunicacional



DANIEL OLIVARES [PERÚ]

SECRETARIO GENERAL DE COMUNICACIONES DE LA PCM

Graduado en Derecho y Ciencias Políticas, Postgrado en Periodismo Político y becario del GCL, programa de competitividad y liderazgo de Georgetown University. Emprendedor cofundador de la agencia Copiloto y el Coworking Residencia. Fue asesor creativo de la campaña Presidencial de Julio Guzmán. Luego asesor de comunicaciones de la Presidencia del Consejo de Ministros.



VÍCTOR H. ROJAS [COSTA RICA]

DIRECTOR EJECUTIVO DE TEMOSLAC

Cuenta con más de 25 años de experiencia en el fortalecimiento de los partidos políticos y procesos electorales en América Latina y el mundo; ha liderado proyectos de National Endowment for Democracy (NED), USAID e International Foundation for Electoral Systems (IFES) en Nicaragua y Tajikistan. Con un amplio conocimiento en el uso de las nuevas tecnologías de la información aplicadas a la vigilancia ciudadana y la participación política, asesorando en campañas políticas y de comunicación a varios Presidentes en América Latina y candidatos a nivel local, regional, y nacional.



ANA IPARRAGUIRRE [ARGENTINA]

SOCIA DE DYNAMIS CONSULTING

Cuenta con 15 años de experiencia en el asesoramiento estratégico de proyectos políticos y de opinión pública. Fue Vicepresidenta y Directora de la Oficina en América Latina para Greenberg Quinlan Rosner Research. Licenciada en Ciencia Política de la Universidad de San Andrés y MA en Political Management de The George Washington University. Actualmente es docente en la Maestría de Políticas Públicas de la Universidad de San Andrés.



JOSÉ ALFREDO PÉREZ DUHARTE [PERÚ]

DIRECTOR DE LA ESCUELA ELECTORAL Y GOBERNABILIDAD DEL JNE

Abogado (U Lima), Magíster y Doctor en Gobierno y Administración Pública por el Instituto Universitario de Investigación Ortega y Gasset de España. Ha sido director académico en la Academia de la Magistratura. Con más de 15 años de experiencia en temas electorales. Actualmente es Director de la Escuela Electoral y de Gobernabilidad del JNE, experto asociado del PNUD, consultor internacional, docente en el Perú y el extranjero, y autor de diversos textos académicos.



CARLOS ANDRÉS PÉREZ M. [COLOMBIA]

DIRECTOR DEL CENTRO DE ANÁLISIS Y ENTRENAMIENTO POLÍTICO (CAEP)

Doctor en Ciencia Política por la Universidad Complutense de Madrid. Máster en Ciencia Política de la Universidad de Salamanca. Máster de Estudios Políticos Aplicados de la FIIAPP, en Madrid. Ministro en la Embajada de Colombia ante la Unión Europea. Ganó el Victory Award en Washington y el Premio Faro en Venezuela por su trabajo en consultoría política. Es director del Centro de Análisis y Entrenamiento Político (CAEP); y pertenece a la Organización de Consultores Políticos Latinoamericanos, OCPLA.



ARMANDO SARMIENTO NEY [HONDURAS]

DIRECTOR DE COMUNICACIÓN (UNAH)

Periodista. Posee posgrados en relaciones internacionales, opinión pública, marketing político, entre otros. Actualmente es Director de comunicación de la UNAH. También es docente de Relaciones Internacionales y Dirección de Comunicación Corporativa de la Universidad Tecnológica Centroamericana (UNITEC), y asesor en Comunicación y Estrategia del Colegio Profesional de Superación Magisterial de Honduras (COLPROSUMAH).



CARLOS MELÉNDEZ [PERÚ]

INVESTIGADOR Y CATEDRÁTICO POLÍTICO INTERNACIONAL

Phd y Master en Ciencia Política por la Universidad de Notre Dame (Indiana, Estados Unidos). Investigador post-doctoral en la Universidad Diego Portales (Chile). Socio principal de 50+1, grupo de Análisis Político. Columnista principal del diario peruano El Comercio. Ha sido catedrático en FLACSO-Ecuador, Pontificia Universidad Javeriana (Colombia), Pontificia Universidad Católica de Chile y Pontificia Universidad Católica del Perú.



CLAUDIO ORTIZ CARUTI [CHILE]

PRESIDENTE DE APEIM

Psicólogo, con más de 20 años de experiencia en la industria de la Investigación de Mercados, se ha especializado en las temáticas de la Comunicación de Marcas y el Brand Equity. Ha dirigido exitosas empresas del área tanto en Chile como en Perú. A finales del 2014 fue elegido Presidente de la Asociación Peruana de Empresas de Investigación de Mercados – APEIM.



ADRIANA VICENTINI [VENEZUELA]

DIRECTORA DE MEG INTELIGENCIA DE DATOS

Licenciada en Economía de la Cornell University NY- EEUU, Master en Gerencia Pública en IESA – Caracas, Venezuela. Directora de MEG Inteligencia de Datos. Consultora especialista en el uso inteligente de grandes cantidades de información (Big Data). Fue gerente de la Unidad de Bases de Datos y Contacto Directo en la campaña presidencial de Henrique Capriles, directora de Estudios Económicos en la Alcaldía del Municipio de Sucre, Consultora del Banco Mundial y otras entidades. Es autora de varias publicaciones y ganadora del premio Victory Awards 2014 como Consultor Revelación del Año.

INVERSIÓN

Profesionales en general	→	S/ 4,960 (4 cuotas de S/ 1,240)
Inscripción antes del 15 de octubre de 2017	→	descuento 20% S/ 3,968 (4 cuotas de S/ 992)
Pago al contado	→	descuento 5% S/ 4,712
Ex Alumno IPP	→	descuento 7% S/ 4,612 (4 cuotas de S/ 1,153)
Tarifa corporativa (de 2 a 5 personas)	→	descuento 7% S/ 4,612 (4 cuotas de S/ 1,153)
Tarifa corporativa (más de 5 personas)	→	descuento 10% S/ 4,464 (4 cuotas de S/ 1,116)

**Los descuentos no son acumulativos.*

**Vacantes limitadas (mín. 15 - máx. 33).*

HORARIO Y DURACIÓN

Inicio	→	Jueves 09 de noviembre del 2017
Horario	→	Jueves y viernes de 7:00 - 10:00 pm Sábado de 9:00 - 12:00m
Receso	→	Del sábado 16 de diciembre al jueves 04 de enero del 2018
Finalización	→	Sábado 03 de febrero del 2018
Duración	→	11 semanas (33 sesiones)

INFORMES

Contacto → Carla Cabanillas
Teléfonos → 272 7695 - Anexos 22 / 23
Email → admision@ipp.edu.pe
Dirección → Av. Juan de Aliaga 421, Magdalena del Mar



Instituto
Peruano de
Publicidad **IPP**

En alianza con:



Konrad
Adenauer
Stiftung