

EDUCACIÓN CONTINUA

**DIPLOMADO EN**  
**Comunicación y**  
**Marketing Político**





## OBJETIVO

Dotar a los participantes de herramientas avanzadas para desarrollar e implementar estrategias de comunicación y marketing político. Al finalizar, los participantes estarán capacitados para diseñar campañas efectivas que potencien la imagen pública de candidatos, partidos políticos o causas, conectando de manera eficiente con la audiencia objetivo.



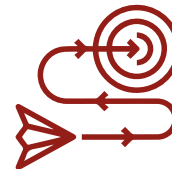
## PROGRAMA DIRIGIDO A

Funcionarios públicos, coordinadores de campañas políticas, jefes de prensa, asesores de imagen, comunicólogos, mercadólogos, periodistas, académicos y estudiantes universitarios interesados en política.

## COMPETENCIAS A DESARROLLAR



Mecanismos de comunicación política y cómo potenciar la imagen pública.



Habilidades para diseñar estrategias integrales de comunicación y marketing.



Conocimientos sobre el análisis del entorno político y el comportamiento electoral.

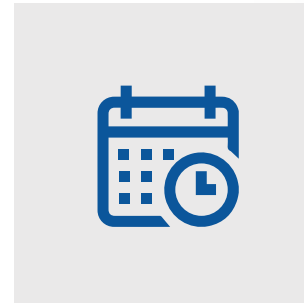


EDUCACIÓN CONTINUA

## ESTRUCTURA DEL DIPLOMADO



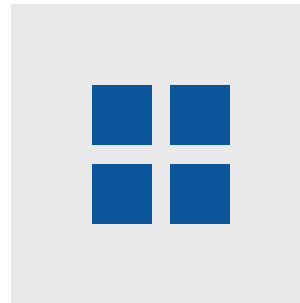
**MODALIDAD:**  
Presencial



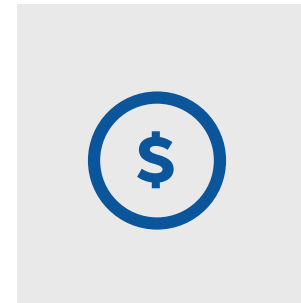
**HORARIO:**  
Sábados de  
9 a 13 horas



**DURACIÓN:**  
62 horas



**MÓDULOS:**  
16 sesiones



**INVERSIÓN:**  
Inscripción \$3,200  
Mensualidades (3) \$3,400



# PROGRAMA DE ESTUDIO

## Módulo 1

### INTRODUCCIÓN AL MARKETING Y COMUNICACIÓN POLÍTICA

- 1.** Definición y alcance del marketing político.
- 2.** Fundamentos de la comunicación política.
- 3.** Contextualización del entorno político actual.

## Módulo 2

### ESTILISMO POLÍTICO Y PROTOCOLO

- 1.** Técnicas de estilismo político.
- 2.** Protocolo y etiqueta en eventos políticos.
- 3.** Importancia de la imagen en la política.



### Módulo 3

## MANEJO DE RELACIONES PÚBLICAS

1. Estrategias para gestionar las relaciones públicas.
2. Gestión de la reputación en crisis institucionales.
3. Herramientas de comunicación para situaciones de crisis.

### Módulo 4

## TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN VERBAL Y NO VERBAL

1. Técnicas para discursos y presentaciones.
2. Comunicación en entrevistas y debates.
3. Análisis del lenguaje corporal y su impacto.

### Módulo 5

## INTRODUCCIÓN A LA ESTRUCTURA POLÍTICA MEXICANA

1. Panorama general del sistema político mexicano.
2. Influencia de la estructura política en la comunicación.
3. Rol del marketing en la política mexicana.





## Módulo 6

# BRANDING PERSONAL Y POLÍTICO

1. Fundamentos del branding político.
2. Estrategias para la creación de marca personal.
3. Gestión de marca en contextos políticos.

## Módulo 7

# ANÁLISIS DE COMPETENCIA Y MERCADO

1. Herramientas para el análisis de competencia.
2. Estudio de mercado: segmentación y targeting.
3. Interpretación de datos cualitativos y cuantitativos.

## Módulo 8

# COMUNICACIÓN EN MOMENTOS DE CRISIS

1. Estrategias para la gestión de crisis de marca.
2. Casos de estudio sobre manejo de crisis.
3. Comunicación efectiva durante conflictos.





### Módulo 9

## ESTRATEGIAS DE MARKETING TRADICIONAL

1. Herramientas tradicionales de marketing político.
2. Diseño de campañas en medios tradicionales.
3. Evaluación de campañas efectivas.

### Módulo 10

## ESTRATEGIAS DE MARKETING TRADICIONAL

1. Fundamentos del marketing digital en política.
2. Uso de redes sociales en campañas políticas.
3. Medición y análisis de KPI s.

### Módulo 11

## MARKETING POLÍTICO INTERNACIONAL

1. Mejores prácticas internacionales de marketing político.
2. Adaptación de estrategias globales al contexto local.
3. Casos de éxito internacionales.

### Módulo 12

## DISEÑO DE MENSAJES POLÍTICOS

1. Estrategias para la creación de mensajes políticos.
2. Adaptación de mensajes a diferentes públicos.
3. Prácticas en la elaboración de discursos.



### Módulo 13

## ESTRATEGIAS DE IMAGEN EN MEDIOS DIGITALES

1. Construcción de la imagen digital.
2. Gestión de la reputación online.
3. Estrategias para mejorar la presencia en redes sociales.

### Módulo 14

## ANÁLISIS DE CASOS DE ESTUDIO

1. Estudio de casos reales de campañas políticas.
2. Análisis crítico y aprendizaje de los casos.
3. Lecciones aplicables al contexto actual.

### Módulo 15

## ENTREGABLES DESARROLLO DE UN PLAN INTEGRAL DE COMUNICACIÓN Y MARKETING

1. Integración de todos los módulos del diplomado.
2. Elaboración de un plan completo de comunicación y marketing.
3. Presentación de los planes desarrollados por los participantes.

### Módulo 16

## CIERRE Y ENTREGA DE CERTIFICADOS

1. Resumen y conclusiones del diplomado.
2. Entrega de certificados a los participantes.
3. Networking y conclusiones finales.



## PLANILLA DE INSTRUCTORES

### Gabriela Cardoso

Especialista en Estrategia de Negocios, Mercadotecnia y Ventas con más de 20 años de experiencia.

Ha capacitado a múltiples empresas públicas y privadas y se ha desempeñado como docente en diversas universidades.

### Fabiola Escaroz

Lic. en Mercadotecnia y especialista en Gestión Empresarial.

Cuenta con diversas certificaciones de prestigiosas instituciones educativas de México. Su dedicación se refleja en las más de 500 horas anuales dedicadas a la capacitación de empresas, privadas y públicas, cámaras y organismos gubernamentales.



**Construye tu camino al *éxito.***



EDUCACIÓN CONTINUA

## INSCRIPCIONES ABIERTAS

9995 438183

(999) 9422222 Ext. 1260

unimedia@grupomegamedia.mx

centrouniversitariomegamedia.mx

Av. Colón 200 esquina con 18,  
García Ginerés. Mérida, Yucatán.