

Curso

Campañas digitales



Con el auge de las nuevas tecnologías al servicio de la política, las campañas electorales requieren cada vez más de estrategias capacitados que se encarguen de la gestión de las campañas digitales.

PRESENTACIÓN

Con el auge de las nuevas tecnologías al servicio de la política, las campañas electorales requieren cada vez más de estrategias capacitados que se encarguen de la gestión de las campañas digitales.

Si bien la campaña es un conjunto de acciones integrales, en donde lo online y lo offline están en sintonía, el espacio digital nos brinda la oportunidad de comunicarnos con segmentos poblacionales eludiendo las distancias y optimizando el tiempo, pero es necesario hacerlo profesionalmente para que nuestra inversión sea rentable política y económicamente.

Destinado a: Estrategas digitales, community managers, actores políticos y sociales, integrantes de gabinetes de comunicación, candidatos, jefes de campaña, políticos y militantes de organizaciones sociales, sindicalistas, profesionales y estudiantes de Ciencias Políticas, Ciencias de la Comunicación, Periodismo, Ciencias Sociales, Humanidades y Marketing. Interesados por la temática en general.



Inicio / Fin

Miércoles 16 de agosto / Lunes 11 de septiembre.

Total de horas de clase: 12.



Días y horarios

Lunes y miércoles de de 19 a 20:30hs.



Modalidad

Clases virtuales en formato taller donde se brindarán herramientas prácticas sobre la gestión de la comunicación digital.



Evaluación

Se aprobará con una asistencia del 75% a las clases y la aprobación de una única evaluación final.

OBJETIVOS



- 01** Brindar herramientas para realizar campañas digitales profesionales.
- 02** Formar estrategias digitales en campañas electorales.
- 03** Otorgar insumos para desarrollar un relato y hacer llegar mensajes óptimamente en la web.
- 04** Aprender a gestionar crisis digitales.
- 05** Conocer el uso de las distintas aplicaciones y programas de investigación que se utilizan en las campañas digitales.



MATÍAS SERVEDÍA

 Argentina

Licenciado en Comunicación Social especializado en Comunicación Política y Nuevas Tecnologías. Estratega digital en campañas electorales y gobiernos. Consultor en proyectos digitales de UNICEF y ONU en Latinoamérica.



LUIS GUILLERMO VELÁSQUEZ

 Guatemala

Politólogo y maestro en Estadística Aplicada por la Universidad de San Carlos de Guatemala y maestro en Política Científica y Tec. en la Universidad Estatal de Campinas. Fue asesor en el Congreso de la Rep. de Guatemala, ha sido profesor universitario y ha desarrollado proyectos en Transparencia y Gob. Abierto.



MARCEL LHERMITTE

 Uruguay

Licenciado en Ciencias de la Comunicación y magíster en Comunicación Política y Gestión de Campañas Electorales. Director de la revista de comunicación política Relato. Ha realizado campañas electorales en América Latina, el Caribe, España y Francia.



ELDA ARROYO

 México

Licenciada en Letras, maestrante en Administración Pública, diplomada en Seguridad Ciudadana, periodista y comunicadora especializada en temas de seguridad, planeación estratégica y gestión de crisis. Coordinadora de Comunicación de la Secretaría de Seguridad de Jalisco.

*Responsable académico de Relato:
Luis Guillermo Velásquez*

PROGRAMA

RELATO MAGISTRAL - La revolución de la comunicación política digital ha llegado

En un mundo cada vez más conectado, es crucial que los líderes políticos aprovechen al máximo las herramientas digitales para establecer una comunicación bidireccional, transparente y efectiva con la ciudadanía, para persuadir y crear comunidad.

Matías Servedía (Argentina)

SESIÓN 1 - Gestión integral de campañas electorales

Las campañas electorales están conectadas, como bien afirma Xavier Peytibi, por lo que es necesario conocer cómo realizamos la planificación de las mismas, en lo online y lo offline.

Marcel Lhermitte (Uruguay)

SESIÓN 2 - El estratega digital

Las campañas digitales son planificadas por estrategias y gestionadas en terreno por los community managers. Cuál es el rol de cada uno de ellos y la delimitación de sus tareas.

Luis Guillermo Velásquez (Guatemala)

SESIÓN 3 - Investigación

La estrategia se basa en la investigación. En el espacio online existen herramientas que nos ayudan a obtener insumos que serán aplicados posteriormente en nuestra campaña digital.

Luis Guillermo Velásquez (Guatemala)

SESIÓN 4 - Activismo y herramientas digitales

La movilización no se da solo en el territorio, sino que tenemos que tener estrategias para activar a nuestros militantes y usuarios de redes sociales en general. También debemos saber aplicar las distintas herramientas que nos ofrece la web.

Luis Guillermo Velásquez (Guatemala)

SESIÓN 5. Inversión y segmentación

Una de las claves para alcanzar los objetivos políticos en una campaña es la segmentación, poder contar con un mapa de públicos para hacer llegar nuestro mensaje. También es preciso saber cómo invertiremos allí nuestros recursos.

Luis Guillermo Velásquez (Guatemala)

SESIÓN 6 - Crisis digitales

La velocidad con la que se propagan las fake news es meteórica, por ello es necesario diseñar de inmediato una estrategia de comunicación con dos objetivos: contener y desmentir para evitar las crisis en el ámbito digital.

Elda Arroyo (México)

SESIÓN 7 - Voceros digitales

Las plataformas digitales son uno de los principales espacios para expresar nuestro mensaje. Ante eso surge la necesidad de hacerlo concreta y concisamente, aprovechando las ventajas que la tecnología nos permite.

Fabián Cardozo (Uruguay)

RELATO

COMUNICACIÓN POLÍTICA

Relato surge de la iniciativa de un grupo de profesionales de América Latina que trabajan en las áreas de la comunicación y la política.

CONTACTANOS



/relatocompol



formacion@relatocompol.com



relatocompol.com

