

Programa curso

Comunicación Política 2.0. La Campaña online de las Elecciones Generales 2011

Octubre y Noviembre de 2011

OBJETIVOS

Internet, en un principio, y las redes sociales más tarde, han dejado patente que los medios o canales en los que la política se venía desarrollando ni son los mismos ni siguen las mismas pautas. Lo que sabíamos o intuíamos acerca de cómo implementar una eficaz comunicación política en campaña electoral ya no sirve, porque en Internet los patrones de comportamiento y difusión parecen no obedecer a las premisas, estudiadas y probadas, que teníamos adquiridas.

El análisis de campañas electorales online ha manifestado que la red tiene capacidad de influir en un efecto positivo en los resultados electorales y que los candidatos con mejor posicionamiento en las redes sociales pueden aventajar a sus oponentes. Algunos candidatos preferidos en redes sociales como Facebook o Twitter han sido derrotados por sus oponentes, consiguiendo, no obstante, mejorar su posicionamiento respecto a anteriores contiendas.

El Programa **Comunicación Política 2.0. La Campaña online de las Elecciones Generales 2011** se ha diseñado con el fin de llegar a comprender estos nuevos canales y ser capaz de promover y analizar una campaña en Internet. Los asistentes adquirirán los conocimientos y competencias básicas para realizar tareas de comunicación política en la Web 2.0: conocimiento y manejo óptimo de herramientas 2.0, definición estrategias y diseño de una campaña online, gestionar una Red Social, técnicas de Marketing viral en red, difusión del mensaje en dispositivos móviles y medición del impacto de una campaña 2.0.

DIRIGIDO A

El Programa está dirigido a profesionales de la comunicación interesados en las nuevas tecnologías y la comunicación 2.0; concejales, miembros de agrupaciones políticas y cargos públicos que quieran aprender conceptos y técnicas básicas de promoción en la Red; profesionales, docentes e investigadores interesados en desarrollarse como asesores y consultores de comunicación política en entidades del gobierno central, gobiernos regionales o locales; autoridades políticas que deseen desarrollar conocimientos y habilidades para comunicar adecuadamente sus propuestas en Internet; asesores en marketing electoral de líderes o movimientos políticos; y estudiantes con inquietudes en la comunicación y en las Redes Sociales en Internet.

El desarrollo del programa persigue que los conocimientos adquiridos durante el mismo sean de alta aplicabilidad, de manera que los participantes aprendan destrezas y competencias que les permitan abordar:

- El manejo de las herramientas 2.0 apropiadas para el desarrollo de una campaña online, así como las premisas básicas para desenvolverse en ellas.
- La definición de la estrategia política y de comunicación de la campaña, la construcción de la imagen del candidato, y el posicionamiento del mensaje político.
- La figura del Community Manager, cómo gestionar con éxito una Red Social.
- Técnicas de Marketing Viral en Internet. El poder del contenido audiovisual.
- Difusión y viralidad a través de los nuevos dispositivos móviles
- Herramientas y métodos de análisis para medir la capacidad de impacto de una campaña 2.0

TEMARIO¹

Viernes 28 de octubre		
16:00/16:30	Presentación	
16:30/18:30	La estrategia de Rubalcaba y Rajoy en la Red	Yuri Morejón Asesor de comunicación pública y política, y director de Yescom Consulting
19:00/21:00	Consultoría electoral para Redes Sociales	Sergio Cortés Fundador y Consejero delegado de CINK
Sábado 29 de octubre		
09:00/11:00	Cómo gestionar tu red social: la labor del Community Manager	Ricardo Mena Community Manager en Coches.com

¹ El temario del programa puede sufrir modificaciones

11:30/14:00	Manejo de Herramientas 2.0	Ignacio Vázquez Socio Spin Media
Viernes 4 de noviembre		
16:00/18:30	Marketing en Redes Sociales	Juan Merodio Fundador del Grupo Ellas y socio-fundador de la Agencia de Marketing 2.0, Marketing Surfers
19:00/21:00	Marketing en dispositivos móviles	Pedro Duarte Mobile Marketing del Club Real Madrid
Sábado 5 de noviembre		
09:00/10:30	Predicción electoral mediante el análisis de Redes Sociales	Montse Fernández Investigadora Fundación Ortega Marañón
11:00/14:00	Medición del impacto de una Campaña en la Red: Twitter	Mariluz Congosto Investigadora Universidad Carlos III

PROFESORADO



Yuri Morejón. Politólogo, asesor de comunicación pública y política, y director de Yescom Consulting – Comunicar es Ganar, consultora experta en Entrenamiento de Portavoces, Asesoramiento de Imagen y Estrategias de Comunicación. Profesor del Máster en Comunicación Institucional y Política en la Universidad Carlos III, y del Máster en Asesoramiento de Imagen y Consultoría Política en la Universidad Pontificia de Salamanca y en Gestión de la Comunicación de la Universidad de Deusto. Coordinador de *telepolitika* (Forum sobre políticas de comunicación). Analista político y electoral para el diario El Mundo y colaborador de Cadena SER. Autor del libro “De tú a tú. La buena comunicación de Gobierno”.



Sergio Cortés. Fundador y Consejero delegado de cink "shaking Business", empresa responsable de la campaña de Convergencia i Unió a las elecciones al parlamento catalán del 2010. EDP por el MIT, MBA e Ingeniero Industrial por la Universidad Politécnica de Madrid. Actualmente colabora también como asesor en diferentes organizaciones entre las cuales se encuentran entidades bancarias, administraciones y proyectos solidarios. Comparte su tiempo con diversas colaboraciones como ponente en módulos de másters y postgrados.



Ricardo Mena. Diplomado en Biblioteconomía y Documentación, prácticamente toda su carrera laboral ha estado vinculada a Internet. Comenzó en Lycos como gestor de contenidos y ha trabajado en Digital Jokers como responsable de Comunicación, Marketing y Contenidos además de en Soitu.es, Territorio Creativo y actualmente en coches.com como Community Manager. Paralelamente, ha escrito sobre comics y otros temas en varias publicaciones además de editarlos. También es docente en varios cursos sobre Community Manager en AERCO y en CEDECO.



Ignacio Vázquez. Ingeniero, Licenciado en Documentación y DEA en Sociedad de la Información por la UOC. Consultor de nuevas tecnologías aplicadas a la comunicación en Entel, Indra y Spin Media. Consultor de comunicación para empresas como emPark y CE Adams. Profesor de Tecnología Digital en la Escuela de Arte Nº 10 de la CAM.



Juan Merodio Fundador del Grupo Ellas y socio-fundador de la Agencia de Marketing 2.0, Marketing Surfers. Colabora activamente escribiendo en revistas y webs especializadas en Marketing OnLine, en su blog Marketing 2.0 y ha publicado su tercer libro “365 días de Marketing 2.0: El inicio de la é-decada”. Es profesor en distintas escuelas de negocio y universidades y ponente en los principales eventos de Social Media.



Pedro Duarte. Ingeniero Industrial y MBA por ICADE. Actualmente es responsable del área de mobile marketing de Real Madrid CF. Es profesor titular del módulo de New Media del MBA de Icade y conferenciante habitual en distintas escuelas de negocio (MIB, Esade,..) y foros internacionales de New Media.



Montse Fernández. Licenciada en Ciencias de la Información, Máster en Comunicación Política, Máster en Especialización Didáctica y DEA en Sociedad de la Información. Socia de la empresa de comunicación y nuevas tecnologías Spin Media. Autora, entre otros, del libro “Internet, Blogs y Política 2.0”. Profesora del Máster en Comunicación Política e Institucional del Instituto Universitario de Investigación Ortega y Gasset.



Mariluz Congosto. Licenciada en Informática por la Universidad Politécnica de Madrid, Master en Telemática por la Universidad Carlos III. Actualmente investigando en el Departamento de Telemática de la Universidad Carlos III sobre “Métodos para obtener información en Internet basados en las relaciones Sociales”.

INSCRIPCIÓN Y MATRÍCULA

Plazas Ofertadas: Se ofertan un máximo de 20 plazas.

Plazo de matriculación: Se admitirán solicitudes hasta el 17 de octubre de 2011. El 21 de octubre se formalizarán las matrículas admitidas.

Documentación necesaria para la inscripción: los interesados deberán remitir a la Secretaría del Programa por correo postal, fax o correo electrónico, la siguiente documentación:

- Curriculum Vitae académico y profesional
- Fotocopia del DNI, Pasaporte o Tarjeta de Residencia
- Ficha de Inscripción (disponible en http://www.ortegaygasset.edu/contenidos.asp?id_is=438)

Importe de la matrícula: 360 euros.

Los candidatos deberán abonar el 50% de esta cantidad en concepto de reserva de plaza, cantidad que le será descontada íntegramente del precio de la matrícula una vez aceptada la solicitud de incorporación al Programa. El precio de la matrícula incluye los gastos de inscripción, la enseñanza, el material didáctico básico y la expedición de los certificados que acrediten el seguimiento satisfactorio de la formación.

Los ingresos se harán efectivos en la sede del Instituto Universitario de Investigación Ortega y Gasset o en la cuenta bancaria de IBERCAJA C/ALMAGRO 46, 28016 MADRID, CODIGO INTERNACIONAL

(SWIFT): CAZRES2Z – IBAN: ES81-2085-8370-8603-3001-0066

Becas: Se concederán 5 becas, a alumnos de la Fundación José Ortega y Gasset, a los colegiados en alguno de los colegios de Licenciados y Doctores en Ciencias Políticas y Sociología, a los miembros de las asociaciones nacionales o internacionales de ciencia política, sociología y comunicación política por un valor de 60€ .

LUGAR Y FECHAS DE CELEBRACIÓN

El curso **Comunicación Política 2.0. La Campaña online de las Elecciones Generales 2011** se desarrollará en la sede del Instituto Universitario de Investigación Ortega y Gasset de Madrid entre el 10 y el 18 de diciembre impartido en 4 sesiones de 5 horas, en viernes (16:00-21:00 horas) y sábados (09:00-14:00 horas), durante los viernes y sábados 28 y 29 de octubre, y 4 y 5 de noviembre de 2011, con una oferta lectiva total de 20 horas.

Fundación Ortega-Marañón. Calle Fortuny, nº 53. 28010, Madrid

CONTACTO



Comunicación Política 2.0. La Campaña online de las Elecciones Generales 2011

Fundación Ortega-Marañón

Departamento de Comunicación Política e Institucional
Instituto Universitario de Investigación Ortega y Gasset
Fundación Ortega-Marañón
Calle Fortuny, nº 53. 28010, Madrid

Teléfono: + 34 917004121/31

Mail: comunicación.politica@fog.es

www.ortegaygasset.edu

www.mastercompol.es

Cómo llegar: [Mapa en Google](#)