

INFORME DE RESULTADOS

CURSO INTENSIVO DE ESTRATEGIA EN COMUNICACIÓN POLÍTICA & LIDERAZGO

Programa formativo presentado por:

Dir. Gerson San José Ramírez

Político | Experto en Comunicación Política.
Doctorando en Análisis de Problemas Sociales
EIDUNED



DESCRIPCIÓN DEL CURSO

El curso intensivo de **Estrategia en Comunicación Política y Liderazgo** combina formación teórica y práctica, proporcionando una visión holística e integradora sobre los conocimientos y competencias necesarias para llevar a cabo una comunicación política efectiva. Este curso, con un enfoque interdisciplinario que enriquece la comprensión y aplicación de estrategias de comunicación política, se ha desarrollado en las ciudades de San Pedro Sula y Tegucigalpa (Honduras) entre los días 19 y 23 de agosto y entre los días 26 y 30 de agosto de 2024, respectivamente. Impartido por los politólogos y expertos en comunicación política Álvaro Lario Ruiz y Gerson San José Ramírez.

OJETIVOS GENERALES DEL CURSO

En el curso intensivo de **Estrategia en Comunicación Política y Liderazgo** se han cumplido los siguientes objetivos:

- **La obtención de conocimientos y habilidades en la gestión de la Comunicación Política** para desarrollar una comprensión profunda de los principios y prácticas de la comunicación política, incluyendo el poder político, la democracia y la participación política.
- **La adquisición de habilidades de análisis investigativo, marketing y asesoría** mediante la capacitación a los participantes para que implementen estos conocimientos de manera coherente en equipos de trabajo, fortaleciendo su capacidad para analizar, investigar y asesorar en contextos políticos.
- **El diseño de planes Estratégicos de Comunicación Política**, enseñando a los participantes a elaborar estrategias de comunicación efectivas que alineen los objetivos políticos con las expectativas del público.
- **El desarrollo de aptitudes y técnicas de comunicación para la resolución de conflictos y crisis políticas** mediante herramientas para manejar y resolver crisis y conflictos políticos mediante una comunicación eficaz y estratégica.
- **El desarrollo de habilidades para asesorar a líderes y adecuar el tipo de liderazgo a los contextos políticos** mediante formación a los participantes en la asesoría de líderes políticos, ayudándoles a adaptar su estilo de liderazgo a diferentes contextos políticos para maximizar su efectividad y resonancia con el electorado.
- **La planificación, diseño, ejecución y evaluación de una campaña electoral**, guiando a los participantes en todo el proceso.

PÚBLICO OBJETIVO

Entre los participantes del curso, tanto en San Pedro Sula como en Tegucigalpa, se encuentran principalmente profesionales del ámbito de la política (diputados, asesores, responsables de la administración).

METODOLOGÍA

La metodología se ha asentado en los siguientes pilares:

- Entorno pedagógico de situaciones habituales en el ejercicio de responsabilidades en el ámbito de la comunicación política.
- Orientada a la práctica y desarrollada a partir de la participación activa de los alumnos.
- Orientada al trabajo en equipo: cada equipo ha constituido un gabinete de comunicación política que trabaja para la campaña de un determinado líder.
- Aplicable directamente en el día a día profesional.

Documentación aportada al alumnado:

- Se ofrece al alumnado un archivador con documentos impresos que comprenden: el esquema para el desarrollo de los módulos, los objetivos, la metodología y el plan de trabajo.
- Documento con el contenido de los temarios de cada módulo y apoyo para elaborar los ejercicios prácticos.
- Documento para elaborar los ejercicios prácticos y de reflexión que serán evaluados.

CONTENIDO DEL CURSO DE ESTRATEGIA EN COMUNICACIÓN POLÍTICA & LIDERAZGO



- I. Marketing Político
- II. Comunicación Digital
- III. Liderazgo Político
- IV. Comunicación Institucional
- V. Plan Estratégico en Comunicación Política

DESARROLLO DEL CURSO

Módulo 1. Marketing Político

- Desarrollado en la sesión del lunes 19 de agosto de la edición celebrada en San Pedro Sula.
- Desarrollado en la sesión del lunes 26 de agosto de la edición celebrada en Tegucigalpa.

Módulo 2. Comunicación Política Digital

- Desarrollado en la sesión del martes 20 de agosto de la edición celebrada en San Pedro Sula.
- Desarrollado en la sesión del martes 27 de agosto de la edición celebrada en Tegucigalpa.

Módulo 3. Liderazgo Político

- Desarrollado en la sesión del miércoles 21 de agosto de la edición celebrada en San Pedro Sula.
- Desarrollado en la sesión del miércoles 28 de agosto de la edición celebrada en Tegucigalpa.

Módulo 4. Comunicación Institucional

- Desarrollado en la sesión del jueves 22 de agosto de la edición celebrada en San Pedro Sula.
- Desarrollado en la sesión del jueves 29 de agosto de la edición celebrada en Tegucigalpa.

MÓDULO 5. Plan de Estrategia y comunicación Política

- Desarrollado a lo largo de las sesiones del lunes 19 al viernes 23 de agosto de la edición celebrada en San Pedro Sula.
- Desarrollado a lo largo de las sesiones del lunes 26 al viernes 30 de agosto de la edición celebrada en Tegucigalpa.

Sesión Práctica: presentación de los planes estratégicos de comunicación y simulación de un debate entre candidatos en el contexto de una campaña electoral

- Desarrollada en la sesión del viernes 23 de agosto de la edición celebrada en San Pedro Sula.
- Desarrollada en la sesión del viernes 30 de agosto de la edición celebrada en Tegucigalpa.

CURSO DE ESTRATEGIA
EN COMUNICACIÓN
POLÍTICA

&

LIDERAZGO

RESULTADOS
DETALLADOS

MÓDULO 1. Marketing Político Electoral

CONTENIDO	RESULTADOS
▪ Unidad 1: Ciencia Política: El Lugar del Marketing Político dentro de la Ciencia Política ▪ Unidad 2: Marketing Político: Primeros Pasos ▪ Unidad 3: Marketing Electoral ▪ Unidad 4: El Mensaje Político-Electoral ▪ Unidad 5: Estudios de Opinión Pública ▪ Unidad 6: La Campaña Electoral	• Con ayuda de las herramientas ofrecidas en este módulo, los equipos eligen a su líder y constituyen los gabinetes de comunicación política asignando roles específicos a cada uno de los miembros. • Los equipos trabajan en actividades relacionadas con la definición de clivajes y políticas públicas y exponen sus conclusiones en la sesión.

MÓDULO 2. Comunicación Política Digital

CONTENIDO	RESULTADOS
▪ Unidad 1: Introducción a la comunicación digital ▪ Unidad 2: Redes sociales y comunicación política ▪ Unidad 3: Comunicación de crisis ▪ Unidad 4: Comunicación gubernamental ▪ Unidad 5: Gestión de comunidades digitales ▪ Unidad 6: Ciberactivismo	• Los equipos continúan trabajando en la definición de roles dentro del gabinete de comunicación. • Los equipos trabajan en actividades relacionadas con el análisis FODA de los candidatos, evaluando las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que podrán desarrollar en sus estrategias de campaña. • Asimismo, los equipos esbozan una estrategia digital para su campaña determinando los públicos objetivos de cada red.

MÓDULO 3. Liderazgo Político

CONTENIDO	RESULTADOS
• Unidad 1: Fundamentos del Liderazgo Político • Unidad 2: Construcción y Estrategia de la Imagen del Líder • Unidad 3: El Liderazgo como Herramienta de Poder • Unidad 4: Repolitización y Acción del Liderazgo Democrático	• Con ayuda de las herramientas e información ofrecidas en este módulo, los equipos definen el tipo de liderazgo que encarnará la persona que han elegido como candidata. • Además, trabajan sobre ejemplos prácticos de liderazgo que permiten aplicar los conocimientos teóricos adquiridos.

MÓDULO 4. Comunicación Política Institucional

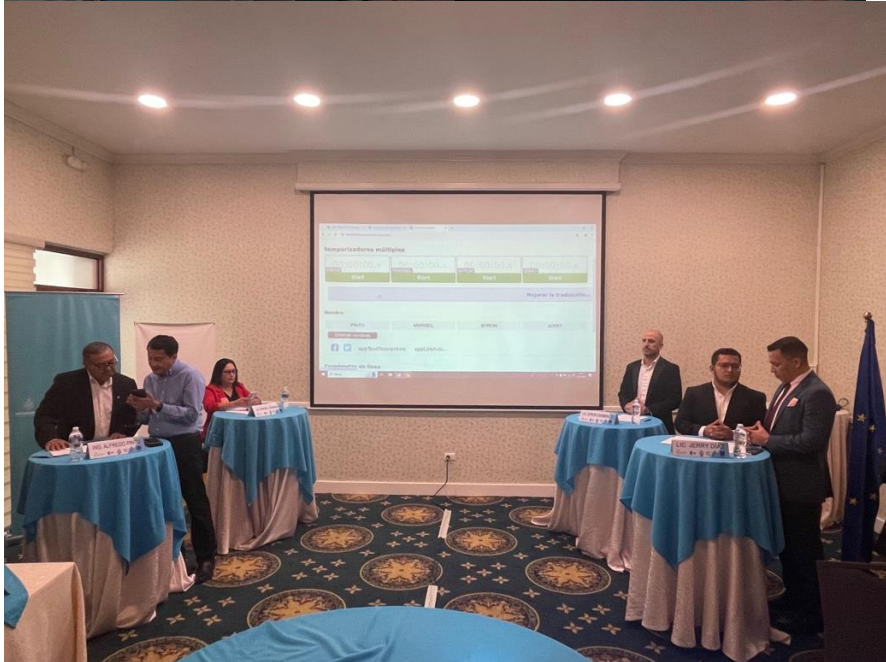
CONTENIDO	RESULTADOS
Unidad 1: Historia, origen y conceptualización de la comunicación institucional Unidad 2: Fundamentos de la comunicación institucional Unidad 3: El gabinete de comunicación Unidad 4: Comunicación institucional en situaciones de crisis Unidad 5: La marca institucional Unidad 6: La publicidad institucional	• En este módulo, los equipos trabajan en la definición ideológica y la marca del partido que respaldará a su candidato. • Los equipos repasan con ayuda de los docentes la elaboración de sus planes estratégicos de Comunicación Política y ensayan con sus candidatos el simulacro de debate en el contexto de una campaña electoral que se realiza en la última sesión.

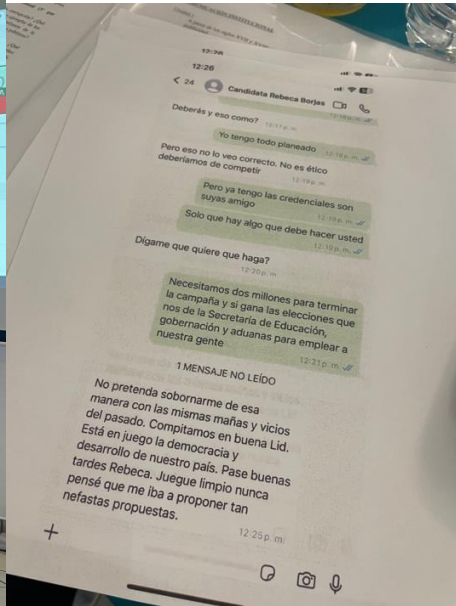
MÓDULO 5. Plan de Estrategia y comunicación Política

CONTENIDO	RESULTADOS
▪ Unidad 1: Introducción al plan de Comunicación Política ▪ Unidad 2: Análisis de Situación ▪ Unidad 3: Definición del Mensaje ▪ Unidad 4: Estrategias y Tácticas de Comunicación ▪ Unidad 5: Diseminación del Mensaje ▪ Unidad 6: Evaluación y Ajustes	• Identificación clara del propósito y objetivos de un plan de comunicación política: Los alumnos demostraron capacidad para explicar la importancia de establecer un plan de comunicación efectivo en contextos políticos, mostrando comprensión del rol estratégico de la comunicación. • Análisis integral del contexto de una campaña política: • Los estudiantes fueron capaces de evaluar de manera efectiva el entorno político y social en el que se desarrolla una campaña, presentando al candidato con una visión contextualizada y estratégica. • Definición de objetivos específicos para la acción: Los participantes desarrollaron habilidades para formular objetivos específicos, claros y alcanzables que guíen la implementación de un plan de comunicación, demostrando capacidad analítica y práctica. • Realización de análisis socioeconómicos precisos del entorno político: Los estudiantes aplicaron técnicas de análisis para identificar los factores socioeconómicos que influyen en una campaña política, logrando una comprensión detallada y crítica del contexto. • Evaluación de la imagen de candidatos y partidos: Los alumnos realizaron diagnósticos sobre las fortalezas y debilidades de la imagen pública de diferentes candidatos, comparando percepciones y mejorando habilidades de análisis comparativo. • Desarrollo de mensajes clave adaptados a diferentes segmentos: Los participantes crearon mensajes claros y efectivos, diseñados para resonar con distintos grupos de audiencia, demostrando destreza en la adaptación del contenido comunicativo. • Segmentación efectiva de mensajes para grupos objetivos: Los alumnos clasificaron y adaptaron mensajes para asegurar relevancia y efectividad en cada segmento del público, aplicando técnicas de segmentación comunicacional. • Diseño e implementación de estrategias de comunicación para el posicionamiento: Los estudiantes mostraron habilidades para diseñar estrategias que refuercen la imagen del candidato y del partido, aplicando tácticas innovadoras y adaptadas a los objetivos de la campaña. • Selección y utilización adecuada de canales de comunicación: Los alumnos identificaron y utilizaron los medios de comunicación más adecuados, tanto tradicionales como digitales, para la diseminación efectiva del mensaje de campaña. • Evaluación y ajuste continuo del plan de comunicación: Los estudiantes demostraron competencias para medir la efectividad de las estrategias implementadas, proponiendo ajustes basados en resultados obtenidos para optimizar el impacto de la comunicación política.

ALGUNAS IMÁGENES DEL CURSO



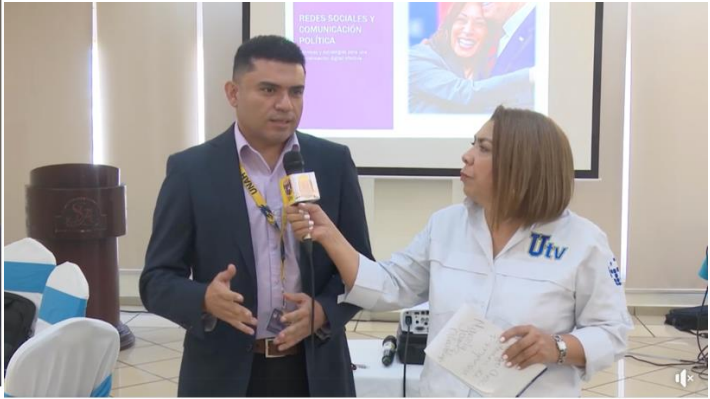




REPERCUSIÓN EN MEDIOS Y REDES SOCIALES



Instituto de Investigaciones Sociales impartió curso sobre estrategia en ...



Instituto de Investigaciones Sociales imparte curso intensivo en Estrate...



presencia desde un hotel capitalino en donde la facultad

En Café Presencia: Reacciones de los participantes del Diplomado en Gestión de Información Estadística para la Seguridad Alimentaria y...