

CURSO INTENSIVO DE FORMACIÓN DE DIRECTORES DE CAMPAÑA

PROGRAMA:

- 1) Introducción. El papel de un director de campaña y de la coordinación técnica. Requisitos de una campaña exitosa: una estrategia bien definida y una buena articulación entre sus partes. Los objetivos. Objetivos conceptuales y específicos. Ponderación de los objetivos.
- 2) Los cuatro conocimientos necesarios para conducir una campaña: a) Conocer nuestro candidato y partido, b) conocer nuestros adversarios, c) conocer los electores, d) conocer la elección.
- 3) La construcción de la estrategia: a) El mensaje. Pautas de construcción del mensaje. Imagen y Argumento. Construcción del discurso y construcción de la comunicación no verbal. Discurso como intersección entre los puntos fuertes del candidato y las principales demandas explícitas o latentes del electorado.
- 4) La construcción de la estrategia: b) Los grupos objetivo. A qué electores nos dirigimos en cada momento de la campaña? Cómo podemos aprovechar íntegramente las particularidades de cada segmento de electores? Líderes de opinión, electores naturales, electores informados, interesados en política, electores críticos, segmentos definidos por desagregación sociodemográfica, desinteresados en política, desinformados.
- 5) La construcción de la estrategia: c) Los medios. Cómo elegir el vínculo ideal entre un tipo de mensaje y un tipo de elector? Peculiaridades de cada medio en la perspectiva de una estrategia de campaña. La caja de herramientas mediática. Construcción de un plan de medios para la campaña.
- 6) La construcción de la estrategia: d) Los tiempos. La lógica de los tiempos como clave para ganar la elección. Valor estratégico de un cronograma de campaña. Qué tipo de electores ganamos en el principio de la campaña, cuáles en el medio, cuáles en el final? Cómo deben cambiar los formatos de la campaña según el paso de los días. Cuándo y cómo entrar en campaña. El medio juego. Técnicas de finales de campaña.
- 7) La implementación de la estrategia: La organización. Cómo construir un equipo de campaña eficaz. Las áreas funcionales: Dirección política, coordinación técnica, comité de finanzas, área de estudios e información, área de producción y publicidad, área de medios, área de organización. Cómo desempeñar bien cada una de las funciones. Simulación de funcionamiento de un equipo de campaña.
- 8) Evaluación de la campaña y reajuste de la estrategia. Técnicas de evaluación de campañas. Propuesta de estrategia de campaña para un candidato, a elección de los participantes.