Programa de formación de coordinadores locales de campaña

Objetivos:

El curso pretende capacitar a los coordinadores de campaña de su partido sobre cómo planificar y ejecutar planes de campaña exitosos en el ámbito local y autonómico.

Duración:

El programa consta de ocho módulos, de cuatro u ocho horas cada uno, a impartir en la fecha y el lugar elegido por el cliente.

Contenidos:

- Plan de campaña.
- Investigación electoral.
- Estrategia de campaña.
- Publicidad política.
- La relación con los medios de comunicación.
- Telegenia: El candidato, ante las cámaras.
- Debates en televisión y radio.
- El uso de Internet en campaña.

MAS Consulting Group
MÉXICO | USA | ESPAÑA

Si está interesado en obtener más información sobre nuestros programas de formación de cara a las próximas elecciones de 2007 o de nuestros servicios de asesoramiento contacte con:

MAS Consulting Group España
C/Caracas, 6, 1º interior Izq.
28010 Madrid
T. (34) 91 702 47 65
www.masconsulting.net
e-mail: durena@masconsulting.net

Elecciones 2007

¿Está preparado?

MAS Consulting Group
MÉXICO | USA | ESPAÑA

www.masconsulting.net

Quiénes Somos

MAS Consulting Group es una compañía de consultoría política con presencia en Estados Unidos, México y España. Ofrece sus servicios de asesoramiento y formación a organizaciones políticas, gobiernos y líderes de diferentes países del mundo.

Cuenta con una amplia experiencia en la formación de dirigentes políticos y en la organización de campañas electorales para candidatos presidenciales, alcaldes, diputados, gobernadores, etc. de Estados Unidos, España y Latinoamérica.

Qué ofrecemos

De cara a las elecciones de 2007 ponemos a su disposición nuestros servicios:

Asesoría	Formación
Investigación y encuestas de opinión	Le ayudamos a organizar su campaña electoral formando a sus candidatos y equipos de campaña.
Imagen de partido y candidatos	Nuestros programas le aportarán experiencias y ejemplos para su campaña.
Posicionamiento y mensaje	Suelen tener una duración de entre una y dos jornadas.
Relaciones Públicas	Se pueden desarrollar en Madrid o en la ciudad que usted prefiera.
Creación de eventos	Se imparten para grupos reducidos o amplios, siempre en función de sus necesidades.
Asesoría de campaña	
Publicidad política (televisión, radio, impresa, exterior, etc.)	
Comunicación interna y con las bases	
Creación y mantenimiento de webs y otras herramientas (blogs, podcasts, sms, etc.) para candidatos, partidos e instituciones.	

1

Planificación de Campaña

Objetivos

Ofrecer una visión de conjunto de todos los aspectos a tener en cuenta en la organización y en la planificación de una campaña electoral en el ámbito local y autonómico.

Contenidos

Estructura del plan de campaña. Análisis de modelos de campaña. Organización del equipo de campaña. Fases de trabajo. Revisión de experiencias.

Qué le aporta

Aprender a crear un buen plan de campaña.

2

Formación de Portavoces

Objetivos

Capacitar sobre los recursos y las técnicas para dominar las comparecencias ante los medios de comunicación (entrevistas, ruedas de prensa, intervenciones, etc.).

Contenidos

Telegenia. El control del mensaje. El control del escenario. Técnicas para enfrentarse a la prensa. Ejercicios reales ante las cámaras de televisión.

Qué le aporta

Aprovechar al máximo las intervenciones ante los medios de comunicación de sus portavoces.

3

Publicidad política

Objetivos

Conocer los recursos que la publicidad ofrece para poder aplicarlos al contexto local y autonómico y así poder diferenciarse de sus adversarios políticos.

Contenidos

Proceso de creación de mensaje en publicidad. Tipología de formatos en publicidad política. Revisión de ejemplos prácticos. Desarrollo de ejercicios.

Qué le aporta

Aumentar la eficacia de su inversión en publicidad.

4

Comunicación en situaciones de crisis

Objetivos

Dominar los principios de la comunicación de crisis para superar con éxito los posibles escenarios de crisis de una organización política o entidad de gobierno.

Contenidos

Comunicación de crisis. Manual de crisis. Creación de mensaje en situaciones de crisis. Revisión de casos. Ejercicio práctico de simulacro de crisis.

Qué le aporta

Conocer cómo preparar y actuar ante un escenario de crisis.

5

Nuevos medios de comunicación política

Objetivos

Acercar las técnicas y las formas de comunicación que Internet ofrece a las organizaciones políticas y cómo aprovechar la Red para llegar a sus audiencias.

Contenidos

Qué aporta Internet a la política. Claves para una buena comunicación online. Estrategia de comunicación y mensaje para la web. Nuevas herramientas (blogs, podcast, etc).

Qué le aporta

Aprender cómo sacar el máximo partido a Internet y los nuevos medios para la gestión y la comunicación de su campaña electoral.

6

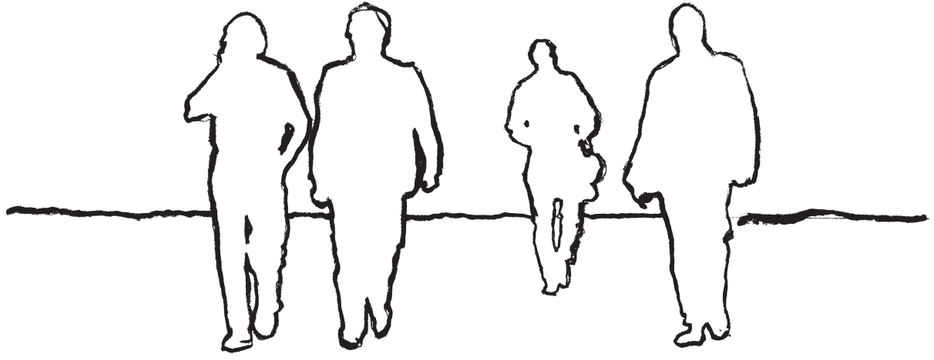
Relaciones con los medios de comunicación

Objetivos

Ayudar a mejorar las relaciones con los medios de comunicación.

Contenidos

Estrategias y herramientas de comunicación. La gestión del día a día con los periodistas. Creación de materiales para la prensa. Organización de eventos para prensa.

Qué le aporta

Aumentar la eficacia de su gabinete de prensa.