

Cómo preparar y afrontar con éxito una campaña electoral

¿Cómo se planifica una campaña?

¿Cómo se interpretan los sondeos de opinión?

¿Cómo se articula un relato ganador?

¿Qué se necesita para abordar con éxito unas elecciones?

Madrid, 20, 21, 27 y 28 de febrero de 2015



Programa práctico e innovador
para afrontar con éxito
las campañas electorales

www.ie.edu/execed/comunicacion_politica

Centro de Innovación del Sector Público de PwC e IE Business School

El **Centro** es una iniciativa de la **Fundación IE** y de la **Fundación de PwC** que tiene como meta principal contribuir a la transformación de las Administraciones Públicas. En este sentido, trabaja para generar y difundir conocimiento sobre la necesaria modernización de las instituciones.

El **Centro** es una referencia en su campo, gracias a la labor desarrollada a través de tres líneas de trabajo: formación, investigación y difusión de conocimiento.

Escenario de situación

En 2015 se celebrarán varios procesos electorales en un contexto en el que todo puede pasar. El nuevo contexto político, económico y social, así como la irrupción de nuevos jugadores configuran una competición especialmente reñida en el que cobra importancia lo que suceda en la recta final.

El escenario ha cambiado y los últimos procesos electorales ponen de manifiesto que es preciso repensar las relaciones entre los políticos y los ciudadanos. La comunicación juega un papel clave en este proceso y es preciso asumir que las reglas del juego ya no son las mismas. Por una parte, no cesan de escucharse que aumenta la distancia entre la “clase” política y la ciudadanía, que crece la desafección por las instituciones y que es preciso aumentar la participación. Por otra, fenómenos como las redes sociales han cambiado tanto las herramientas para intercambiar información como la capacidad para generar movimientos sociales, influir en los gobiernos o movilizar votantes.

Por todo ello, es preciso replantearse cómo funciona y cómo hay que gestionar una campaña electoral en la España de hoy. Los candidatos y sus equipos tienen que prepararse para afrontar su relación con los ciudadanos desde una óptica diferente y asumir que conceptos como la transparencia, la inmediatez o la horizontalidad son conceptos que han llegado para quedarse.

Contenidos prácticos para abordar el ciclo completo de una campaña

Para dar respuesta a la necesidad de los candidatos de actualizarse en materia de campañas electorales, este Programa especializado aporta los conocimientos y las habilidades que les permitirán afrontar sus campañas electorales con éxito.

Con un enfoque eminentemente práctico, el curso traza el ciclo completo de una campaña y ayuda a sus protagonistas a entender y desarrollar todos sus pasos. El programa aborda desde cómo se plantea y se interpreta un sondeo a cómo se establece el plan de campaña, pasando por la articulación del relato y la definición de la estrategia. Mediante talleres y clases participativas, cada alumno trabajará sobre su propia experiencia y diseñará su propia campaña.



OBJETIVOS

- Aportar y desarrollar los conocimientos y las habilidades necesarias para entender y poner en práctica campañas electorales.
- Entender los nuevos formatos, herramientas y enfoques en materia de campañas electorales, desde las redes sociales al storytelling pasando por nuevas técnicas de investigación.
- Ejercitar las habilidades imprescindibles para los candidatos, así como y trabajar con casos reales.

METODOLOGÍA

- Ponencias y clases con participación activa por parte de los alumnos.
- Trabajo sobre casos prácticos relacionados con el contexto actual.
- Talleres prácticos con participación activa de todos los alumnos.



A QUIÉN VA DIRIGIDO

- Candidatos a procesos electorales.
- Miembros de equipos de candidatos: Directores de campaña, Asesores y Colaboradores.
- Miembros de partidos políticos, expertos o profesionales interesados en mejorar sus conocimientos en materia de campañas electorales.

PROGRAMA

Viernes, 20 febrero 2015

9,00 h.

INTRODUCCIÓN Y CLAVES DE UNA CAMPAÑA DE ÉXITO

Luis Arroyo y Narciso Michavila

BLOQUE 1: INVESTIGACIÓN Y ESTRATEGIA

9,30 - 11,30 h.

INVESTIGACIÓN: CLAVES PARA ENTENDER LA REALIDAD SOCIAL Y ELECTORAL

Narciso Michavila

11,30 - 12,00 h.

Café

12,00 - 14,00 h.

ESTRATEGIA ELECTORAL Y PLAN DE CAMPAÑA

Luis Arroyo

14,00 - 15,30 h.

ALMUERZO DE TRABAJO: EXPERIENCIAS REALES

Pablo Casado, portavoz del Comité de Campaña del Partido Popular

BLOQUE 2: DEBATES ELECTORALES

15,30 - 17,30 h.

TALLER DE DEBATE

Luis Arroyo

17,30 - 18,00 h.

Café

18,00 - 20,00 h.

CLAVES DEL DEBATE ELECTORAL

Manuel Campo Vidal

Sábado, 21 febrero 2015

BLOQUE 3: FORMACIÓN DE PORTAVOCES Y ORATORIA

9,00 - 11,30 h.

TALLER: COMO CONSTRUIR DISCURSOS. ORATORIA Y ARGUMENTOS

David Redoli y Óscar Santamaría

11,30 - 12,00 h.

Café

12,00 - 14,00 h.

TALLER: COMO CONSTRUIR DISCURSOS. ORATORIA Y ARGUMENTOS (cont.)

David Redoli y Óscar Santamaría

Viernes, 27 febrero 2015

BLOQUE 4: ENTREVISTAS EFICACES

9,00 - 11,30 h.

TALLER DE ENTREVISTAS

Óscar Santamaría y Marta Reyero

11,30 - 12,00 h.

Café

12,00 - 14,00 h.

TALLER DE ENTREVISTAS (cont.)

Óscar Santamaría y Marta Reyero

14,00 - 15,30 h.

Almuerzo de trabajo: Experiencias reales

César Luena, Secretario de Organización del PSOE

BLOQUE 5: TÁCTICAS DE COMUNICACIÓN ELECTORAL

15,30 - 17,30 h.

COMUNICACIÓN POLÍTICA: CLAVES Y HERRAMIENTAS

Pascual Montañés

17,30 - 18,00 h.

Café

18,00 - 20,00 h.

PUBLICIDAD ELECTORAL: MENSAJES, CANALES Y CAMPAÑAS

Paco Ribera

Sábado, 28 febrero 2015

BLOQUE 6: LA CAMPAÑA DIGITAL

9,00 - 11,30 h.

LA CAMPAÑA DIGITAL: LA ERA DE LAS REDES SOCIALES

Enrique Dans

11,30 - 12,00 h.

Café

BLOQUE 7: CASOS, EXPERIENCIAS Y RECAPITULACIÓN

12,00 - 14,00 h.

CAMPAÑAS DE ÉXITO: EJEMPLOS Y CASOS

Jorge Rábago

14,00 - 15,00 h.

RECAPITULACIÓN Y ANÁLISIS DE MATERIAS IMPARTIDAS

Luis Arroyo

15,00 h.

CLAUSURA Y ENTREGA DE DIPLOMAS

Luis Arroyo y Narciso Michavila

DIRECCIÓN ACADÉMICA

ARROYO, Luis. Consultor y experto en comunicación política.

MICHAVIDA, Narciso. Experto en análisis electoral.

CLAUSTRO

ARROYO, Luis. Presidente de Asesores de Comunicación Pública, desde donde es consultor a candidatos y líderes políticos, económicos y sociales de Europa y América Latina. Es también consultor del Banco Mundial, profesor honorífico de la Universidad Complutense de Madrid y autor de El poder político en escena (RBA), Frases como puños (Edhasa) y Los cien errores de la comunicación de las organizaciones (ESIC). Co-director del Programa Ejecutivo Cómo preparar campañas electorales de IE Business School.

CAMPO VIDAL, Manuel. Manuel Campo Vidal es Periodista (UAB), Ingeniero Técnico Industrial (UPC) y Doctor en Sociología (UCM). Ha presentado más de 2000 informativos y programas en Televisión Española y en Antena 3, así como en Hora 25, en la Cadena Ser. Moderó el primer debate electoral televisado en 1993 entre Felipe González y José María Aznar; en 2008, el debate entre José Luis Rodríguez Zapatero y Mariano Rajoy; y en 2011, el único debate televisivo entre Alfredo Pérez Rubalcaba y Mariano Rajoy. Es Presidente de la Academia de la Televisión.

DANS, Enrique. Licenciado en CC Biológicas, Universidad de Santiago de Compostela. Doctor (PhD) en Administración de Empresas, especialidad en Sistemas de Información, Universidad de California (UCLA). Máster en Dirección de Empresas, MBA, IE Business School.

MICHAVIDA, Narciso. Especialista en análisis electoral. Doctor en sociología y master en Estadística por la Universidad Complutense. Comandante de Artillería en excedencia, fue portavoz de la Brigada Multinacional Oeste en Kosovo. Presidente de la consultora de investigación social GAD3 desde 2006.

MONTAÑÉS, Pascual. Licenciado en Derecho por la Universidad de Barcelona. Doctor en Derecho por la Universidad de Navarra. Su desempeño profesional se ha desarrollado como asesor del Presidente en Puertos del Estado. Director de Programas de Alta Dirección en el Instituto de Empresa, gerente en Coopers and Lybrand o consultor Estratégico en The Mac Group (Andersen). Actualmente Vicepresidente de Propuestas de Valor.

RÁBAGO, Jorge. Experto en Campañas Electorales y Asesor de Gobiernos ha participado en más de 60 campañas electorales nacionales e internacionales desarrollando estrategias electorales, preparación de candidatos (media training), análisis de sondeos, preparación de debates electorales, organización de equipos de campañas, desarrollo de herramientas electorales. Jorge Rábago es director del Departamento de Telegenia del Partido Popular.

REDOLI, David. Máster en Ciencia Política por la Universidad de Georgetown (Estados Unidos) y es presidente de la Asociación de Comunicación Política (ACOP). Ha sido director del gabinete de la Presidencia del Consejo de Seguridad Nuclear (2010-2013) y asesor de la Vicepresidenta Primera del Gobierno de España (2007-2010).

REYERO, Marta. Periodista y presentadora del informativo de fin de semana de Cuatro, Marta Reyero es Licenciada en Publicidad en la Universidad del País Vasco. Ha trabajado en medios como Radio Asturias, Cadena SER o TVE Asturias. Marta Reyero entró en Sogecable primero en el informativo Redacción (en Canal+) y ha trabajado , en la edición nocturna de CNN+. Desde 2005 trabaja en el canal Cuatro, canal de Mediaset España.

RIBERA, Paco. Director de Servicios al Cliente y miembro del Comité de Dirección de CONTRAPUNTO BBDO, la agencia de publicidad española más premiada de la historia. Veinte años trabajando en publicidad para clientes de mercados tan variados como Procter & Gamble, Unilever, Johnson & Johnson, Visa Internacional, Volvo, Grupo Chrysler, Mercedes-Benz, smart, Iberia, Brugal, Cutty Sark, Grupo Mahou-San Miguel, Heineken, Canal+, Central Lechera Asturiana, RACE, Ibercaja, CEPSA o PSOE, entre otros.

SANTAMARÍA, Oscar. Consultor de comunicación política, Óscar Santamaría ha trabajado en campañas electorales en España y América Latina y para organizaciones internacionales como el Banco Mundial. Ha sido periodista durante doce años, seis de ellos en Nueva York y es especialista en relaciones con los medios, comunicación de crisis y en oratoria y retórica.

INFORMACIÓN GENERAL

FECHAS Y LUGAR DE REALIZACIÓN

El programa se celebrará los días 20, 21, 27 y 28 de febrero de 2015, en las instalaciones de IE Business School según el horario que figura en el programa.

DOCUMENTACIÓN

Todos los asistentes al programa recibirán el material didáctico que se utilice en las jornadas. Esta documentación será un manual de obligada consulta para resolver cualquier duda o interrogante sobre el tema.

DERECHOS DE INSCRIPCIÓN

El precio total del programa será de 2.100 euros, incluyendo además de su asistencia a las sesiones, la documentación, los almuerzos y los cafés de los días que dura el programa.

Las bonificaciones que se pueden obtener al cursar nuestros Programas Abiertos, son las siguientes:

- Los alumnos de anteriores Programas Abiertos de Executive Education obtendrán una bonificación del 10%, los Antiguos Alumnos de IE Business School, del 15% y los miembros de la Asociación de Antiguos Alumnos del 30%.
- Si se inscribe más de una persona al seminario o la misma persona a distintos seminarios, la segunda inscripción obtendrá una bonificación del 5%, la tercera del 10 %, la cuarta del 15%, la quinta del 20%, la sexta del 25% y a partir de la séptima del 30%.
- Si realiza el pago de cada cuota con cuatro semanas de antelación a la fecha de celebración de cada uno de los programas se obtendrá un 5% de bonificación.

Además te recordamos que nuestros programas pueden ser subvencionados por la Fundación Tripartita. Puedes obtener más información a través de su página web: **www.fundaciontripartita.org**

FORMALIZACIÓN DE LA MATRÍCULA

La formalización de la matrícula se podrá realizar:

- Por teléfono: llamando al número (34) 91 568 96 67.
- Por correo electrónico: enviando sus datos a: Raquel.Gutierrez@ie.edu
- A través de nuestro boletín de inscripción online, disponible en nuestra web: www.ie.edu/execed/comunicacion_politica

CANCELACIONES

En caso de no poder asistir al curso una vez formalizada la matrícula, se devolverá el 90% del importe, siempre que se comunique con al menos, tres semanas de antelación a la fecha del inicio. La sustitución de la persona inscrita por otra de la misma empresa podrá efectuarse hasta el día anterior al del inicio del curso.

CERTIFICADO

Los participantes recibirán un certificado acreditativo de su participación en el Programa.

CONTACTO

IE BUSINESS SCHOOL EXECUTIVE EDUCATION

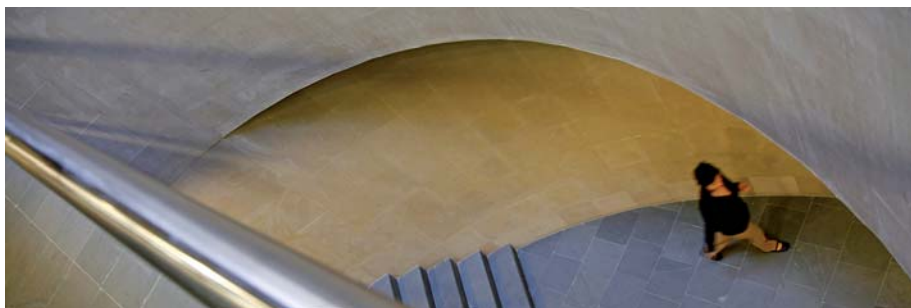
Pinar 18 28006 Madrid

Tel. (34) 915689625

Fax (34) 915689618

Programasabiertos@ie.edu

<http://www.ie.edu/programas-ejecutivos>



www.ie.edu/programas-ejecutivos



IE Business School Executive Education
Pinar, 18
28006 Madrid. España. UE
Tel.: (34) 915689625
Fax: (34) 915689618

follow us on



IE BusinessSchool Executive Education



@IEExecEducation



IE Business School Executive Education



IE Executive Education