

Conceptos	Desglose de conceptos
Título del programa académico	Diplomado en Comunicación y Marketing Gubernamental
Fecha de inicio	30 de junio de 2023
Fecha límite de inscripción	23 de junio de 2023
Duración	120 horas
Costo	\$24,000.00 más IVA Costo total \$27,840.00 (se podrá pagar en mensualidades de acuerdo con el calendario de pagos)
Datos de contacto	Rafael Flores Villalón Correo: rflores@inap.org.mx Tel. 55 50 81 26 60
Sesiones y Horario	Viernes de 17:00 a 21:00 hrs y sábado de 09:00 a 14:00 hrs
Ventajas de estudiar el programa académico.	Es un programa específicamente confeccionado para la labor comunicativa de los gobiernos. Posiblemente el primer programa formal en Latinoamérica de <i>marketing</i> aplicado para <i>stakeholders</i> involucrados con la labor de la administración pública.
Presentación del programa	Se trata de un programa totalmente innovador para el ejercicio comunicativo de los gobiernos. Es tan escasa la información sobre la aplicación de la mercadotecnia en el ámbito de la administración pública, que las escasas referencias bibliográficas que existen llegan a dejar de lado las consideraciones éticas y principios formativos que caracterizan a los administradores públicos o funcionarios de gobierno. Por tanto, este programa define con precisión un lenguaje, alcances y objetivos del marketing aplicado por el gobierno para comunicarse con sus <i>stakeholders</i> . Esto implica que la estrategia de marketing gubernamental busca generar una imagen de marca pública, y abre la posibilidad para formar un modelo organizativo interno que tenga un impacto exponencial de frente al ciudadano/usuario. A la fecha no existe un programa tan especializado en esta innovadora materia, el cual sea ofertado por una institución como el INAP, dedicada al quehacer público desde una perspectiva de gran responsabilidad ética y social.

<p>Objetivo general del programa</p>	<p>El objetivo del Diplomado de Comunicación y Marketing Gubernamental es proporcionar a los participantes las herramientas teóricas y prácticas necesarias para diseñar e implementar estrategias de comunicación y marketing efectivas en el ámbito gubernamental.</p> <p>A través de la exploración de temas clave como la investigación de la opinión pública, la gestión de la reputación, la participación ciudadana y la comunicación digital, los estudiantes podrán desarrollar habilidades para planificar y ejecutar campañas de comunicación y marketing exitosas en el sector público.</p> <p>Además, el diplomado busca fomentar una comprensión más profunda de la naturaleza y la importancia de la comunicación en la gestión gubernamental, permitiendo a los participantes una mejor interacción con la ciudadanía y la creación de políticas públicas efectivas.</p>
<p>Objetivos específicos</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Distinguir los diferentes elementos que componen la comunicación gubernamental frente a la ciudadanía. 2. Comprender el impacto que tiene la imagen y el mensaje de la marca gubernamental, frente a los proveedores, inversionistas y usuarios de la función gubernamental. 3. Adaptar el discurso de campaña en una estrategia comunicativa de gobierno en un formato omnicanal, que ayude a eficientar la labor de gobierno a través de las herramientas tecnológicas. 4. Usar datos para adaptar la comunicación del gobierno en función de los requerimientos sociales.

Requisitos de admisión	Llenar el formato de registro y realizar el pago.
<p>Contenido temático</p>	<p>Módulo 1: Introducción a la comunicación social y marketing gubernamental.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● De la comunicación social al marketing gubernamental ● Técnicas de investigación de audiencias ● Estrategias de marketing gubernamental ● Desarrollo de la marca gobierno ● Planificación y ejecución de campañas políticas y gubernamentales <p>Módulo 2: Comunicación de la administración pública.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● La intersección del espacio público y el político ● Objetivos de la comunicación de la administración pública ● Posverdad y gobierno ● Estructuras organizacionales de la comunicación de gobierno ● Evaluación de la comunicación de gobierno <p>Módulo 3: Participación ciudadana en la gobernanza.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Gobernanza ● Escucha gubernamental ● Participación ciudadana y transparencia en el gobierno ● Comunicación de programas y políticas públicas ● Tecnologías de la información y gestión gubernamental <p>Modulo 4 Gestión de la comunicación de riesgo y crisis.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Conceptos de riesgo ● Comunicación del riesgo ● Comunicación de crisis y emergencias ● Diferencias conceptuales ● Planificación estratégica de riesgos y crisis <p>Modulo 5 Diseño gráfico para gobiernos.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Teoría del diseño gráfico ● Identidad visual y corporativa ● Tipografía y color en el diseño gubernamental ● Creación de infografías y visualización de datos ● Uso de software de diseño gráfico <p>Módulo 6: Desarrollo de proyectos digitales en redes sociales.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Semiótica en el entorno digital ● Metodologías y herramientas de curación de contenidos ● Monitoreo y análisis de la actividad en redes sociales

	<ul style="list-style-type: none"> • Publicidad en redes sociales y marketing digital <p>Planificación de proyecto digital de comunicación</p>
<p>Perfil de ingreso</p>	<p>Dirigido a perfiles relacionados con el ejercicio o estudio de la administración pública, publirrelacionistas, mercadólogos, consultores, recursos humanos del ámbito público, así como líderes políticos.</p>
<p>Perfil de egreso</p>	<p>El egresado del diplomado de Comunicación y Marketing Gubernamental está capacitado para liderar y asesorar y evaluar procesos de comunicación y marketing en instituciones públicas y privadas, así como en campañas electorales y partidos políticos.</p> <p>Gracias a la adquisición de habilidades y conocimientos específicos en este ámbito, los egresados desarrollan estrategias de comunicación y marketing efectivas para fomentar la participación ciudadana, fortalecer la imagen institucional, gestionar crisis y mejorar la implementación de políticas públicas.</p> <p>Para esta edición el egresado además cuenta con una formación especializada en proyectos digitales de comunicación gubernamental, gestión de crisis y gestión de riesgos de la reputación digital.</p>
<p>Conocimientos que adquirirá el participante</p>	<p>Al concluir con éxito el programa de estudios el estudiante obtendrá los siguientes conocimientos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Distinguir con claridad las diferencias e implicaciones que tiene la imagen pública de los gobiernos • Generar un concepto de marca pública • Evaluar las condiciones para generar una estrategia comunicativa de gobierno • Definir una estrategia simple y coherente para posicionar la marca pública • Utilizar de manera efectiva las RRSS para generar contenidos digitales de calidad e impacto • Programar contenidos a partir de una agenda de medios • Control de crisis

<p>Al finalizar el curso de capacitación recibirá</p>	<p>El diplomado contempla tres tipos de trabajo final por equipo, con casos reales que impulsen al estudiante un análisis de un entorno real y sus desafíos específicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Plan estratégico integral para un gobierno o proyecto político • Plan estratégico para gestión de riesgos o para el manejo de crisis • Plan estratégico de comunicación gubernamental digital <p>Constancias a cada participante, siempre y cuando cumplan con al menos el 80% de asistencia al Diplomado y obtengan una calificación mínima aprobatoria de 70 en una escala de 0 al 100 en la evaluación de cada uno de los módulos. Constancia con valor curricular.</p>
<p>Docente</p>	<p>Dr. Gustavo A. Pérez Rojas Doctor en Ciencia Política por la Universidad de Santiago de Compostela, España. Maestro en Recursos Humanos y Consultoría por la Universidad de Lancaster, Inglaterra. Maestro en Democracia y Gobierno por la Universidad Autónoma de Madrid, España.</p>