



COACHING Y
COMUNICACIÓN
POLÍTICA

PROGRAMA DE CAPACITACIÓN

Breve **Introducción**

Coaching, oratoria, media training, improvisación, son algunos de los conceptos con los que la política y los políticos se han ido relacionando en los últimos años en pos de trabajar su imagen y comunicación para penetrar e instalarse en un mundo saturado de mensajes.

Conocer y trabajar la propia imagen, perfeccionar la comunicación verbal y no verbal, así como lograr una relación fluida con medios y periodistas, se han convertido en herramientas esenciales para la estrategia política del Siglo XXI.

Objetivos: Este curso de capacitación tiene como principal objetivo analizar y poner en práctica algunas de las herramientas que los políticos y sus equipos de trabajo utilizan al momento de comunicar y relacionarse con los votantes, competidores/aliados, medios de prensa y periodistas.

Se busca que los cursantes logren incorporar herramientas para:

- Analizar la imagen y la comunicación de distintos referentes políticos;
- Elaborar mensajes efectivos para llegar a cada público objetivo;
- Conocer el trabajo de medios y periodistas y trabajar la relación con éstos;

Destinatarios: Está dirigido a estudiantes de política, comunicación o áreas vinculadas; a dirigentes y militantes políticos; asesores; periodistas y responsables de prensa.



Temario

Clase I:

Introducción. La importancia del Posicionamiento para alcanzar objetivos de comunicación.

Módulo II: DISCURSO.

La estructura del discurso (introducción, desarrollo y fin). Construcción y organización del discurso. Análisis de discursos políticos exitosos. Debate, improvisación y persuasión (herramientas básicas para el discurso legislativo).

Módulo III. COACHING COMUNICACIONAL.

Puesta en práctica de herramientas claves para comunicar exitosamente de acuerdo al contexto y público de que se trate (la relación con los opositores y aliados políticos y el manejo de la contención y participación ciudadana).

Módulo IV. MEDIA TRAINING.

Técnicas para abordar y mejorar la relación con los medios. Análisis y realización de entrevistas para conocer cómo: generar lazos y posicionarse frente a la prensa; reaccionar adecuadamente frente a las distintas preguntas; expresarse de manera clara transmitiendo la seguridad y credibilidad necesarias.

Módulo V. POLÍTICA 2.0.

La gestión municipal y la participación ciudadana a través de las nuevas herramientas de comunicación. Abordaje de las distintas herramientas. La democratización y la importancia del contenido online. Armado eficiente del perfil web y estrategias de relación con los usuarios/ciudadanos.

Metodología de Trabajo

De acuerdo al módulo y tema del que se trate se dictarán clases teóricas y/o prácticas; trabajando con distintos materiales (discursos; entrevistas; imágenes; etc.). La dinámica de trabajo será participativa, fomentando el trabajo en grupo, la discusión y el debate.



Bibliografía General

- Braidot, N. (2011). Neuromarketing en acción. Granica.
- Benveniste, E (1966). Problemas de lingüística general, t. Tr.: México, Siglo XXI, 1974.
- Cudicio, C. (2012). PNL y comunicación. Granica.
- Echeverría, R. (1994). La ontología del Lenguaje, Chile, Comunicaciones Noreste Ltda.
- Goffman, E. (1981). Forms of talk. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- O'Connor, J. (1992). Introducción a la PNL. Ediciones Urano.
- O'Connor, J. (2005). Coaching con PNL: Guía para obtener lo mejor de ti mismo y de los demás. Ediciones Urano.
- Rulicki, S. - Cherny, M. (2008). Comunicación no verbal. Cómo la inteligencia emocional se expresa a través de los gestos. Granica.
- Weston, A. (2005). Las claves de la argumentación. Editorial Ariel.
- Withmore, J. (2002). Coaching. Tr: México, Editorial Paidós.
- Castells, M. (2009). Comunicación y poder. Editorial Alianza
- Ries, A; Trout, J (2002). Posicionamiento: la batalla por su mente (2°ed) Editorial Mcgrawhill/ Interamericana de México, 2002.

