

# PUBLICIDAD EN CAMPAÑAS POLÍTICAS

SKU: EVOL-1949-VNO-B | Categorías: [ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN](#), [Gestión de la información y comunicación](#)

## INFORMACIÓN DEL CURSO

Horas [200](#)

Acreditado por Universidad [NO](#)

Créditos ECTS [0](#)

### CURSO DE ESPECIALIZACIÓN

#### Objetivos

- Conocer las diferentes formas de comunicación existentes
  - Descubrir las fases del proceso de la comunicación y los modelos existentes
  - Profundizar en las características del proceso de comunicación.
  - Analizar las divas implicaciones éticas que emanan de la comunicación.
  - Estudiar la figura del DIRCOM.
  - Profundizar en la relación entre los medios de comunicación y el proceso democrático.
  - Conocer los efectos de la comunicación y la publicidad política.
  - Desglosar los costes de las campañas de comunicación y la comercialización de la política en general.
  - Estudiar la diferencia entre propaganda, publicidad e información
  - Identificar las principales cuestiones legales que afecta a la publicidad política
  - Describir las principales características de la publicidad política, sus componentes y los tipos de soportes
  - Analizar las principales tendencias en publicidad política
1. Ampliar conocimientos sobre la historia del uso político de la TV y la radio.
  2. Analizar el diseño del mensaje mediante la propaganda y la comunicación política y sus tipologías.
  3. Profundizar sobre el funcionamiento de una emisora de radio conociendo los tipos existentes, formatos de programas, su lenguaje y las técnicas de la entrevista radiofónica.
  4. Conocer la estructura organizativa de la televisión, los tipos de emisión, géneros y formatos televisivos y la publicidad de la televisión.
  5. Conocer sobre la manipulación de la información a través de la agenda setting y sus consecuencias y el poderosos influjo de las imágenes.
  6. Tratar el spot de la declaración política y la fabricación del consenso.
  7. Profundizar sobre la crítica de Chomsky y su modelo de análisis de medios.
  8. Aprender los efectos políticos de los medios.
  9. Entender los nuevos medios además de la televisión y la acción política.
  0. Conocer la publicidad y los medios audiovisuales y política.



1. Conocer sobre el debate electoral nacional español.
2. Profundizar sobre la gestión de la imagen. • Profundizar sobre la competitividad y management estratégico
  - Profundizar sobre la organización y diversas estructuras estratégicas de la empresa.
  - Saber tomar decisiones estratégicas.
  - Conocer los diferentes niveles de planificación y decisión estratégica.
  - Profundizar sobre el diagnóstico interno y el análisis funcional de la empresa.
  - Conocer la cadena de valor y el perfil estratégico de la empresa.

**Contenidos**

Dirección de comunicación

UD1. Conceptos sobre comunicación

UD2. Propaganda, comunicación persuasiva y comunicación política

UD3. Elementos de la comunicación política

UD4. La comunicación de los partidos políticos

La publicidad en campañas

UD1. Propaganda, comunicación y publicidad política

UD2. La publicidad política

UD3. Últimas tendencias en publicidad política

Uso político de la TV y la Radio

UD1. Introducción al uso político de la TV y la radio

UD2. Radio y televisión como medios de masas

UD3. Política e información las reglas del juego

UD4. El debate político

La comunicación hacia los grupos minoritarios

UD1. Los grupos minoritarios

UD2. Grupos minoritarios y las visiones externas e internas

UD3. Identificación y segmentación para la comunicación

UD4. Portavoz o vocería

UD5. Herramientas de difusión del mensaje

