

ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN

SKU: EVOL-3178-VNO-A | Categorías: [COMERCIO Y MARKETING](#), [Marketing](#), [Publicidad y Comunicación](#)

INFORMACIÓN DEL CURSO

Horas [50](#)

Acreditado por Universidad [SI](#)

Créditos ECTS [2](#)

CURSO DE ESPECIALIZACIÓN

Objetivos

- Estudiar la relación entre comunicación y política.
- Conocer los orígenes de la Comunicación Política, que se remontan a la época clásica.
- Reflexionar sobre los principales acontecimientos que marcaron la evolución de la comunicación política, de la propaganda religiosa en la Edad Media al auge de la imprenta.
- Comprender la eclosión y auge de la comunicación política en las últimas décadas, con las campañas políticas estadounidenses como principal referente.
- Analizar los diferentes sistemas de medios y su repercusión en la comunicación política.
- Estudiar la homogeneización de los medios de comunicación occidentales en los últimos años y la creciente influencia de nuevos factores como internet.
- Desglosar los elementos que componen una campaña electoral en la actualidad.
- Describir la “personalización” de los partidos y campañas a favor de los líderes políticos.
- Identificar las principales funciones y habilidades del DIRCOM y las tendencias en el sector.
- Manejar las diferentes herramientas de comunicación más utilizadas por los Departamentos de Comunicación.
- Estudiar las habilidades y conocimientos que requiere la adaptación de los gabinetes de comunicación a la web 2.0.
- Analizar los cambios producidos con la irrupción de Internet en herramientas como la nota de prensa, la rueda de prensa, el dossier o la entrevista.
- Estudiar algunos de los más sonados casos de crisis que se han producido en los últimos años en empresas e instituciones y cómo éstas han abordado su gestión.
- Descubrir las características comunes que se dan en toda situación de crisis y los tipos de crisis que pueden surgir.
- Conocer las principales fases que requiere la elaboración de un plan de comunicación en crisis.
- Profundizar en la gestión de la postcrisis como medida para mejorar la imagen interna y externa de nuestra organización.

Contenidos

UD1.La comunicación política. Antecedentes y desarrollo

1. COMUNICACIÓN Y POLÍTICA. DOS CONCEPTOS INSEPARABLES



2. LA COMUNICACIÓN POLÍTICA. ANTECEDENTES Y DESARROLLO

- 2.1. Orígenes. Época clásica
- 2.2. Propaganda y religión en la Edad Media
- 2.3. El auge de la imprenta. La Edad Moderna 10
- 3. Análisis de la Comunicación Política moderna. Estudio de casos
- 3.1. Análisis de la Comunicación Política en Estados Unidos
- 4. Marketing y Comunicación Política hoy

UD2. Características de la comunicación política electoral

- 1. Sistemas de medios y comunicación política. relación y tendencias
- 2. Elementos clave en la comunicación política
- 2.1. La imagen de partido
- 2.2. El programa electoral
- 2.3. La imagen del candidato
- 2.3.1 Búsqueda de la “simplificación”
- 3. Tipos de mensajes

UD3. Herramientas de comunicación política

- 1. Profesionalización de la Comunicación en las instituciones políticas y en las empresas
- 1.1. El perfil del DIRCOM. Gestionar conversaciones
- 1.2. Perfil del DIRCOM en Europa
- 1.3. Gestión de la comunicación online
- 1.4. Situación actual y tendencias en comunicación corporativa
- 2. Las relaciones con los medios en la era digital. Estrategias y tendencias
- 2.1. Funciones de la comunicación en las instituciones
- 2.2. La construcción periodística de la realidad. Una negociación constante y desequilibrada
- 3. Medios propios, medios ganados y medios pagados
- 3.1. La web es el medio
- 3.2. Las redes sociales
- 3.3. La nota de prensa interactiva
- 3.4. La rueda de prensa en la era digital
- 3.5. El dossier de prensa
- 3.6. La entrevista. Preparación y tendencias

UD4. Comunicación en situaciones de crisis

- 1. Ejemplos de crisis
- 2. El concepto de crisis
- 3. Características comunes en las crisis
- 4. Tipos de crisis
- 5. El Plan de Comunicación en situaciones de riesgos y crisis
- 5.1. Identificación de la crisis
- 5.2. Enfrentamiento a la crisis
- 5.3. La resolución de la crisis.
- 5.4. La gestión de la postcrisis



