

Categorías: Comercio y marketing

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 2.3.1Búsqueda 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 realización 3.7. Prensa en situaciones de crisis 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

.1. Identificación de la crisis 5.2. Enfrentamiento a la crisis 5.3. La resolución de la crisis.

4. La gestión de la postcrisis

criteria

