

Categorías: Administración y gestión

OBJETIVOS

- Describir en qué consiste y cómo funcionan las comunicaciones públicas en ámbitos políticos y/o empresariales.
- Entender los medios de comunicación como catalizadores para formar opinión.
- Aprender las técnicas básicas para conocer los públicos y estructurar un discurso adecuado.

CONTENIDOS

UD1.Gestión de la comunicación pública 1. Introducción 2. Conceptos previos 2.1. Definición de comunicación pública 2.2. El campo de la comunicación pública 2.3. Legitimidad de la comunicación pública 2.4. Gestión de la comunicación 2.5. Acuerdo para una comunicación efectiva 3. Política y empresa 3.1. Los públicos de la comunicación pública 3.2. Gestión política y gestión comunicativa 3.3. El ejemplo empresarial 4. Investigar para la toma de decisiones 4.1. Investigación cualitativa y cuantitativa 4.2. Información de acceso libre 4.3. La prensa: perfil de los medios 5. El plan de comunicación 5.1. Estrategia de medios 6. Aplicación hacia lo local 6.1. Ayuntamiento y espacio informativo local 6.2. City marketing

UD2.Formar Opinión 1. Introducción 2. ¿Opinión o información? 3. Nuevos estilos de comunicar 4. Generación de opiniones políticas 5. Cómo votamos y por qué

UD3.El discurso público 1 Introducción 2 El discurso: los públicos y los objetivos 3 ¿qué es la investigación crítica? 4 Criterios para el análisis discursivo 5 Objetivos 6 La cognición social 7 La noción de poder 8 Discurso y acceso 9 Estructuras y estrategias discursivas 10 Control del contexto 11 Control del texto

