



LA COMUNICACIÓN DESDE LA POLÍTICA Y LA EMPRESA

SKU: 3522-24_V2

Horas [50](#)

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

CONTENIDO

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