

Comunicación Política y Empresarial

A distancia I) \$\$ h



COMUNICACIÓN POLÍTICA Y EMPRESARIAL**OBJETIVOS:**

Dotar de conocimientos y aptitudes que permitan cualificar al alumno para dirigir y gestionar con éxito campañas de comunicación, imagen y campañas electorales en ámbitos políticos y empresariales.

Ofrecer una formación que contempla todos los ámbitos de conocimiento relacionados con la comunicación en entidades públicas o privadas, partidos políticos y empresas cuyos líderes necesiten superar retos tanto interna como externamente, desde una perspectiva multidisciplinar e integradora.

PROGRAMA:

Propaganda clásica

Historia de la propaganda: de Antigüedad hasta el siglo XX. Propaganda persuasiva, marketing y publicidad. Técnicas de la Propaganda y de la Contrapropaganda. Información, desinformación y censura. Reglas para una campaña de propaganda personal exitosa.

La investigación

Introducción. Metodología cualitativa. Metodología cuantitativa. Interpretación de datos. Análisis DAFO: y comunicación.

La persuasión a través de la imagen

Introducción. Qué es la imagen. El líder y el poder. El carisma. El líder y la comunicación. Problemas para el liderazgo en España.

La salud mental del líder

Introducción. Patologías del poder. ¿Sólo triunfan las personalidades paranoides?. Cómo descubrir la enfermedad mental en la primera entrevista. Equilibrio mental para el liderazgo.

Oratoria y construcción del discurso

Introducción. Retórica antigua y la comunicación online. Elementos básicos para ser un excelente orador. El discurso. Retroalimentación para la elaboración del discurso. La comunicación verbal y no verbal.

La comunicación desde la política y la empresa

Introducción. Gestión de la comunicación política y empresarial. Nuevos estilos de comunicar. Formar opinión. El discurso público. Los públicos. Objetivos. Materiales y soportes.

Influencia de los mass media en la campaña del líder

Introducción. Imagen pública. La agenda “setting”. Opinión e información. Plan de medios para desarrollar una buena imagen. Solución de problemas.

El coaching para los líderes del siglo XXI

Introducción. Proceso. Auditoría de imagen. Aspecto externo. Los gestos. La expresión facial. La voz.

La campaña permanente

Introducción. Directrices de la campaña. Directivos, afines e información. Supervisión de línea estratégica. Los rivales. Acción e interés.

Estrategias de Comunicación

Introducción. El discurso y las encuestas. Segmentación de públicos. Publicidad y comunicación global. Relaciones Públicas. Gabinete de prensa. Plan de comunicación. Movilización.

Estudio de las necesidades y las inquietudes ciudadanas actuales

Introducción. Necesidades. Inquietudes. Componente Cultural. Prioridades ciudadanas. Problemas y soluciones.

La diplomacia y el protocolo en la política y en la empresa

Introducción. Presentaciones. El saludo. Halagar y atender. Configuración de presidencias. Tratamientos. Etiqueta. Vestir y expresarse bien en cualquier ocasión.

La utilización de Internet y el teléfono en las actuales

Introducción. Uso de las nuevas tecnologías. El blog personal. Youtube. Campañas de e-marketing y sms. Videocomunicados, videoconferencias y debates online.

La globalización y el multiculturalismo como temas centrales de la realidad social actual

Introducción. Globalización y sociedad. Comunicación social. Aulas multiculturales. Plan de acción y actividades de integración.

El director de campaña

Introducción. Rol y necesidad del director de campaña. La elección. Independencia y confianza. Gestor y coordinador del Plan de Campaña.

Investigación, comunicación y movilización

Introducción. Tres fases: investigación, comunicación y movilización. Delegación de responsabilidades. El equipo es básico. Formas de persuadir al equipo.

Grupos de presión: lobbys y think tanks

Introducción. Las relaciones públicas como influencia estratégica. Diferentes formas de lobbismo. Modificar estructuras. Favores, ventajas y obtención de mercados. Rigor y verdad.

El uso de la televisión

Introducción. El discurso televisivo. La espectacularidad. Propaganda a través de la televisión. La publicity. La entrevista. Imagen y estrategia.

El uso de la radio

Introducción. La radio como medio complementario. Acceso y participación. Programación y efectividad de mensajes.

La publicidad en campaña

Introducción. La publicidad y el marketing político o empresarial. Desarrollo de eventos. Herramientas novedosas. Espacios publicitarios. Publicidad interna.

Cómo dirigir la comunicación a los grupos étnicos o minoritarios

Introducción. Investigación etnográfica. Mediación de conflictos. Canvassing. Reuniones con líderes

Proyecto Fin de Master:

El proyecto consistente en elaborar un Plan de Campaña.

PRECIO:

Si es trabajador asalariado de una empresa con centro de trabajo en España, consúltenos la posibilidad de **subvención 100% del curso**.

Si desea el curso de forma privada, como particular, el precio es de **2) \$\$ €**

DURACIÓN:

500 horas en un periodo de 9 meses.

BECAS:

Consulte nuestras becas del 25-50%.

DIPLOMA ACREDITATIVO:

Titulación conjunta con Vértice Business School.

INSCRIPCIÓN Y FORMAS DE PAGO:

Para matricularse deberá rellenar el formulario de matriculación que encuentra pinchando [aquí](#).

El pago del curso podrá realizarse de las siguientes formas:

- Transferencia Bancaria o Ingreso en cuenta.-
- Cargo en cuenta.-
- Tarjeta de crédito.-

**Todos los envíos que se realicen fuera de la Península, tienen un gasto adicional.*



Estamos a su disposición para cualquier duda o consulta:



Madrid: C/ Magallanes, 1 - 28015

Málaga: C/ Alonso de Palencia, 15
29007 - Málaga



Tlf: 902 500 378

Fax: 902 510 044



E-mail: informacion@verticetraining.com

Perteneiente a:

