

# PROGRAMA ESPECIALISTA

**EL GABINETE DE PRENSA**



## ÍNDICE

<b>EL GABINETE DE PRENSA.....</b>	<b>1</b>
<b>1. CARACTERÍSTICAS.....</b>	<b>3</b>
1.1. DESCRIPCIÓN BREVE DEL CURSO .....	3
1.2. HORAS CERTIFICADAS, MODALIDAD Y DURACIÓN.....	3
1.3. DESTINATARIOS .....	3
<b>2. OBJETIVOS.....</b>	<b>4</b>
<b>3. METODOLOGÍA Y EVALUACIÓN .....</b>	<b>4</b>
3.1. METODOLOGÍA .....	4
3.1.1. Online .....	4
3.2. EVALUACIÓN.....	5
<b>4. PROGRAMA.....</b>	<b>5</b>
EL GABINETE DE PRENSA .....	5
Módulo 1. Breve historia de los efectos que los medios de comunicación de masas ejercen sobre las personas.....	5
Módulo 2. La comunicación periodística.....	5
Módulo 3. Relaciones institucionales: el lobby .....	5
Módulo 4. La comunicación política.....	6
Módulo 5. Enseñanzas comunicacionales .....	6
Módulo 6. Referencias al capítulo.....	6
DESARROLLO PERSONAL.....	6
Módulo 1. Valores .....	6
Módulo 2. Actitudes.....	6
Módulo 3. Disciplinas .....	6
<b>5. PROFESORADO: JAVIER REVUELTA BLANCO .....</b>	<b>7</b>
<b>6. CERTIFICACIÓN .....</b>	<b>8</b>
<b>7. INSCRIPCIÓN Y MATRÍCULA.....</b>	<b>8</b>
<b>8. FORMAS DE PAGO .....</b>	<b>9</b>
<b>9. CONTACTO .....</b>	<b>9</b>

## 1. CARACTERÍSTICAS

---

### 1.1. Descripción breve del curso

La **comunicación política** expresa las intenciones de las acciones futuras o pasadas que regulan las relaciones sociales, en un sentido justificativo, es decir, como opción libremente elegida con un fin definido.

El **gabinete de prensa** tienen como objetivo convertir a la empresa en una fuente creíble de información, de forma que se favorezca su actividad principal; esto se consigue de forma paulatina y acumulativa, es decir, incrementando progresivamente la notoriedad de las actividades que se comunican.

El **lobby** es un grupo de presión formado por personas con gran influencia y poder, sobre todo político o económico.

### 1.2. Horas Certificadas, Modalidad y Duración

<b>Horas Certificadas</b>	35
<b>Modalidad</b>	On Line
<b>Duración</b>	1 mes

### 1.3. Destinatarios

Directivos y mandos intermedios con responsabilidades corporativas;

Directores de recursos humanos, imagen y comunicación;

Responsables de comunicación política.

## 2. OBJETIVOS

---

- Aprender las características básicas del discurso público.
- Comprender el sentido y la importancia de la comunicación periodística.
- Aprender a crear gabinetes de prensa altamente efectivos;
- Conocer la naturaleza y utilidad del lobby;
- Aprender a crear lobbys;
- Conocer la naturaleza y significado de la comunicación política;
- Aprender a diseñar estrategias y tácticas de comunicación política.

## 3. METODOLOGÍA Y EVALUACIÓN

---

### 3.1. Metodología

Nuestra escuela trabaja para conseguir un aprendizaje autónomo e interactivo. Para llevarlo a cabo, favorecemos el aprendizaje colaborativo, fomentando la interactividad entre los propios estudiantes y de estos con el equipo docente.

En nuestros cursos el alumno es el verdadero protagonista de su formación y el tutor le acompaña, a modo de guía o mentor, en su proceso de aprendizaje. Nuestra máxima es conseguir que el alumno aprenda a través del estudio y la práctica "Aprender haciendo" ("Learning by doing").

Por eso, nuestro campus, cuenta con herramientas de comunicación y colaboración que convierten las acciones formativas en, sencillas, amenas y, sobre todo, dinámicas. Estas herramientas son: los foros de debate, chats, mensajería interna, correo electrónico, etc.

A continuación se detalla la modalidad que ofrecemos a nuestros alumnos:

#### 3.1.1. Online

Este tipo de modalidad supone la completa realización del Programa Formativo a través del Campus Virtual. Incluye toda la documentación y material didáctico necesario para la realización completa de los estudios. No precisa de traslados para evaluaciones.

### 3.2. Evaluación

La evaluación se llevará a cabo a través de la realización de ejercicios prácticos que se puntuarán de 0 a 10. Para superar el curso, el alumno deberá realizar todos los ejercicios propuestos obteniendo una calificación mínima de 5 en cada uno de ellos. En el caso de que no se alcance la nota deseada, el alumno podrá reenviar el ejercicio tantas veces como considere oportuno hasta lograr su objetivo.

## 4. PROGRAMA

---

### El Gabinete de prensa

**Módulo 1. Breve historia de los efectos que los medios de comunicación de masas ejercen sobre las personas**

#### Módulo 2. La comunicación periodística

- 2.1. El gabinete de prensa
- 2.2. Técnicas de comunicación periodística
  - 2.2.1. Entrevista
  - 2.2.2. Rueda de prensa
  - 2.2.3. Nota de prensa
  - 2.2.4. Lanzamiento de productos o servicios
  - 2.2.5. Encuentros personalizados y viajes de familiarización
  - 2.2.6. Auditorias informativas
  - 2.2.7. Servicio de estudios y documentación
- 2.3. La figura del portavoz
  - 2.3.1. Pautas a seguir durante la comparecencia en Medios
    - 2.3.1.1. La radio: el medio caliente
    - 2.3.1.2. La televisión: la importancia de la imagen
    - 2.3.1.3. Sesiones fotográficas: el lenguaje del instante

#### Módulo 3. Relaciones institucionales: el lobby

- 3.1. Organizar un lobby

#### **Módulo 4. La comunicación política**

- 4.1. Comunicar ideología
- 4.2. La opinión pública
  - 4.2.1. La exposición selectiva
  - 4.2.2. La disonancia cognoscitiva
  - 4.2.3. La espiral del silencio
  - 4.2.4. La canalización de la opinión pública
  - 4.2.5. El rumor
- 4.3. La campaña de comunicación política
  - 4.3.1. La investigación
  - 4.3.2. El plan estratégico
  - 4.3.3. El plan táctico
  - 4.3.4. La realización
  - 4.3.5. Control y evaluación
  - 4.3.6. Secuencia de actividades

#### **Módulo 5. Enseñanzas comunicacionales**

#### **Módulo 6. Referencias al capítulo**

### **Desarrollo personal**

#### **Módulo 1. Valores**

#### **Módulo 2. Actitudes**

- 2.1. Actitudes hacia los demás
- 2.2. Actitudes hacia nosotros mismos
- 2.3. Actitudes hacia el futuro

#### **Módulo 3. Disciplinas**

- 3.1 Hábitos

## 5. PROFESORADO: JAVIER REVUELTA BLANCO

---



Licenciado en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid (Madrid, 1990) y Experto en Pedagogía de la Imagen.

Director del Área de Competencias Profesionales.

Consultor y Evaluador en el Modelo Europeo de Calidad EFQM. 8 años de experiencia como formador y consultor en liderazgo y desarrollo directivo y organizacional. Proveedor de contenidos online.

Formador en Habilidades Sociales y Directivas, 1.500 horas de formación y más de 50 artículos publicados en revistas y periódicos de ámbito nacional y regional. Experiencia de dos años en la tutorización de alumnos online con la Escuela Europea de Negocios, en CLAY Formación y en la Universidad de Salamanca.

Ha participado como conferenciante en diversos encuentros internacionales, y en varias publicaciones como coordinador y coautor, colaborando, entre otras instituciones, con: la UNESCO, la Agencia Europea para la Cultura, la Conferencia Mundial para Negocios Globales y Desarrollo Sostenido, BearingPoint, la Fundación Encuentro, EADA, o, la Escuela Europea de Negocios.

Director de dos cursos de verano en la Universidad Internacional Menéndez y Pelayo de Santander, y, patrocinado por la Fundación Marcelino Botín, para el desarrollo de materiales educativos experimentales sobre Pedagogía de Imagen presentados en el III Congreso Internacional EDUCARED.

En la actualidad, compagina su actividad formativa en instituciones españolas y latinoamericanas, con la consultoría. Desde diciembre de 2.000 dirige el Centro de Investigación en Gestión de Conocimiento. Su trabajo se centra en el desarrollo personal y profesional desde un punto de vista creativo, incidiendo en la importancia que tiene el estado anímico de las personas, para regular el flujo energético que sostienen la salud, el éxito y la felicidad.

## 6. CERTIFICACIÓN

---

**Una vez finalizado este curso** el alumno recibirá un certificado expedido por CLAY Formación Internacional y homologado por las siguientes instituciones que garantizan y certifican la calidad de nuestros estudios:

**APEL** (Asociación de Proveedores de eLearning),

**AEFOL** (Asociación Española de Formación On Line),

**AEDETP** (Asociación Española de Enseñanza Técnico Profesional) y

**AEDIPE** (Asociación Española de Dirección y Desarrollo de Personas)

## 7. INSCRIPCIÓN Y MATRÍCULA

---

Para realizar la inscripción tiene las siguientes opciones:

- Contactar a través del correo electrónico con el consultor/a que le ha enviado esta información.
- Enviar un correo a la dirección [cursos@clayformacion.com](mailto:cursos@clayformacion.com) donde indique sus datos personales para ponernos en contacto con usted.
- Si reside en España puede llamar al teléfono **902 36 73 76** pero si quiere llamarnos desde otro país tendrá que marcar **0034 923 19 19 62**.

## 8. FORMAS DE PAGO

---

Contamos con las siguientes formas de pago:

- Transferencia o ingreso bancario
- Tarjeta de crédito (pago on-line)
- Domiciliación bancaria
- Western Union

## 9. CONTACTO

---

Para cualquier duda o cuestión relativa al curso, puede ponerse en contacto con nosotros a través del teléfono:

CLAY Directo (España): 902 36 73 76

International Calling: (34) 923 19 19 62

Fax: 923 13 48 80

Mediante el correo electrónico: [cursos@clayformacion.com](mailto:cursos@clayformacion.com) o el correo de su consultor/a personal.