



COMUNICA ¿QUÉ? COMUNICACIÓN (50 H) Presencial

Finalidad

Aprender a distinguir qué contar sobre tu empresa, entidad, institución.... y cómo hacerlo.

Enseñar pautas para comunicar con eficacia y con un estilo propio y reconocible.

Explicar la importancia de tener una estrategia, de exponer con claridad y de forma atractiva los mensajes, de aprovechar al máximo tus características para contar quién eres, qué haces y por qué eres interesante. En definitiva, enseñar las pautas para comunicar de forma correcta y eficiente y, por tanto, aportar habilidades

para poder integrarse en un departamento o dirección de comunicación de una empresa o institución.

Objetivos Generales

Conocer el trabajo diario de un departamento de Comunicación.

Enseñar la labor diaria de los profesionales que desarrollan sus tareas en esos departamentos a los estudiantes de Periodismo y Marketing, ya que cada día ambas disciplinas están más conectadas. La comunicación cada día tiene más valor en las empresas e instituciones y, por tanto, aumenta el número de empresas de comunicación y de estos departamentos. Es decir, se incrementan las posibilidades de que los estudiantes de estos grados puedan incorporarse al mundo laboral a través de una empresa o departamento de Comunicación.

Objetivos Específicos

Enseñar a lanzar mensajes claros, ideas fuerza, conectar con tu público, ser creíble, valorado. Aportar consejos para que la empresa, marca, entidad, institución para la que trabajas (o deseas trabajar) en el departamento de Comunicación esté cada vez más presente en la sociedad y, a la vez, apuntar los errores que hacen que, en ocasiones, pase desapercibida.

Impregnar de sencillez todo el proceso para ser claro y comprensible.

Establecer una mini guía de buenas prácticas de comunicación para contar las cosas que interesan de forma sencilla, clara y concisa.

Programa:

MÓDULO 1.- ESTRATEGIA (10 h)

¿Qué quiero contar?

Definir qué quieres contar, cómo, a quién y cuándo. Hacerlo de forma clara y directa para no confundir a tus públicos. Hacerlo con estilo propio.

MÓDULO 2.- EL MENSAJE (10 h)

Claridad, comprensible para el público al que te diriges, el portavoz debe ser creíble y honesto, presentar el mensaje de forma fresca y propia, fortalece el vínculo con tus públicos

MÓDULO 3.- OBSERVACIÓN (10 h)

Conocer a los otros para conocerte a ti, escucha a tu usuario, haz tuyas sus necesidades, presta atención, tú eres el protagonista y ellos también, sin atención no hay comunicación.

MÓDULO 4.- ELEMENTOS VISUALES (12 h)

Uso correcto de fotografías, plantillas, bancos de imágenes, propiedad intelectual, el poder de la localización, el valor del diseño -color, tipografía...

MÓDULO 5.- MEDICIONES (8 h)

Calendario de acciones, por qué un clipping de prensa, el valor de números y rankings, los intangibles que no se pueden medir son comunicación.

REQUISITOS DE ACCESO DE LOS ALUMNOS:

Dirigido a Titulados Universitarios y alumnos de último curso del Grado en Periodismo y Grado en Marketing e Investigación de Mercados.