ACADEMIA INTEGRAL
CENTRO DE NUEVAS TECNOLOGIAS

LA FORMACIÓN ES LA CLAVE DEL ÉXITO

Guía del Curso
Especialista en Gestión de la Comunicación en la Administración Pública y las Entidades Locales

---

Modalidad de realización del curso: A distancia y Online
Titulación: Diploma acreditativo con las horas del curso

OBJETIVOS

La propia naturaleza de la administración pública así como las actividades que lleva a cabo y su especial relevancia para la población en general, hace que la comunicación de esta con su entorno cobre una gran importancia. Desde la comunicación de todo tipo de asuntos de interés público hasta la comunicación en situaciones de crisis, pasando por la gestión de la marca institucional o el establecimiento de relaciones públicas con diferentes actores sociales, hacen que cualquier organismo público deba llevar a cabo la definición e implantación de un plan de comunicación. A través de este curso sobre la comunicacion en la administracion publica se ofrece al alumnado la formación adecuada para llevar a cabo la gestión de la comunicacion en la administracion publica y en las entidades locales.

CONTENIDOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA COMUNICACIÓN

1. El proceso de comunicación
2. Tipos de comunicación
3. Barreras la comunicación
4. La comunicación efectiva

5. Aspectos importantes en la interacción con el interlocutor

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL PLAN DE COMUNICACIÓN EN LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA Y LAS ENTIDADES LOCALES

1. Comunicación e información
2. La comunicación externa
3. - Relación entre organización y comunicación
4. - Herramientas de comunicación externa
5. El plan de medios
6. - Concepto
7. - Características y elementos de planificación
8. Modelos de planes de medios
9. - Fuentes de información e investigación de medios de comunicación
10. - Criterios de elección de medios y soportes

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LA COMUNICACIÓN INTERNA EN LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA Y LAS ENTIDADES LOCALES

1. Introducción a la comunicación
2. Comunicación interna
3. Principios de la comunicación interna
4. Tipos de comunicación interna
5. - La comunicación descendente
6. - La comunicación ascendente
7. - La comunicación horizontal
8. Herramientas de comunicación
9. - Intranets: las tecnologías de información y comunicación
10. - Los memorándums
11. - Manual de acogida
12. - El tablón de anuncios o proyector
13. - Gabinete de crisis
14. Plan de comunicación interna

UNIDAD DIDÁCTICA 4. LA COMUNICACIÓN CON LA CIUDADANÍA

1. Atención al ciudadano desde la administración
2. Tratamiento diferencial de sugerencias, consultas en la comunicación al ciudadano
3. - Procedimiento general para el manejo de objeciones
4. - Métodos específicos para manejar objeciones
5. - ¿Por qué se producen las objeciones?
6. Procesos de comunicación ante el ciudadano
7. - Interpersonal
8. - Telefónica
9. - Escrita
10. Tratamiento al ciudadano
11. - Personas versus problemas
12. - Percepción-emoción-comunicación

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LA COMUNICACIÓN DE ASUNTOS DE INTERÉS PÚBLICO Y EN SITUACIONES DE CRISIS

1. ¿Qué es una crisis?
2. La comunicación de crisis por parte de la administración
3. ¿Cómo comunicar en momentos de crisis?
4. Respuestas ante una crisis

UNIDAD DIDÁCTICA 6. LAS RELACIONES PÚBLICAS

1. Introducción a las Relaciones Públicas
2. - Origen y concepto de web 2. 0
3. - ¿Cómo es el usuario 2. 0?
4. - Las nuevas tecnologías de la web 3. 0
5. - La web semántica
6. Concepto y definición de relaciones públicas
7. Elementos de las relaciones públicas
8. - La organización

9. - La comunicación
10. - La opinión pública

UNIDAD DIDÁCTICA 7. LA RELACIÓN CON LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

1. La comunicación pública y los medios de comunicación
2. Televisión
3. Radio
4. Prensa escrita
5. Internet
6. Redes sociales como medio de comunicación de la administración
7. - Facebook
8. - Twitter
9. - Instagram

UNIDAD DIDÁCTICA 8. BRANDING INSTITUCIONAL. GESTIÓN DE MARCA EN LA COMUNICACIÓN DE LAS ADMINISTRACIONES Y LAS ENTIDADES LOCALES

1. ¿Qué es el branding?
2. La importancia del Branding
3. - Branding y posicionamiento
4. - Factores clave de una marca
5. - Branding y experiencia
6. Imagen pública de la Administración
7. Branding en la Administración
8. Problemas del branding en la Administración: conclusión
9. - Conclusión

C/ San Lorenzo 2 - 2
29001 Málaga

Tlf: 952 215 476
Fax: 951 987 941

www.academiaintegral.com.es
E-mail: info@academiaintegral.com.es

ACADEMIA INTEGRAL
CENTRO DE NUEVAS TECNOLOGIAS