Formación optativa de especialidad en Comunicación Estratégica

MATERIA

Planificación estratégica de medios (15 ECTS OP)

ASIGNATURAS

- Dirección de comunicación
- Estrategias de comunicación
- Planificación de medios

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- **RA1** Los participantes conocerán los medios publicitarios convencionales (above the line), y los medios no convencionales (below the line)
- **RA2** Conocer todo el proceso creativo publicitario con la finalidad de que el participante sepa realizar de un portafolio contundente y competitivo. Para ello se investigarán briefs reales que serán supervisados por directores creativos de las principales agencias nacionales., realizadores fotógrafos, diseñadores web y grupos de teatro que aportarán la perspectiva necesaria para ser suficientemente competitivo.

CONTENIDOS

1. Dirección de Comunicación

- Los cuatro pilares básicos de la comunicación
- La figura del gestor de la comunicación
- El Director de Comunicación (DIRCOM)
- La figura del portavoz de la organización
- Relaciones institucionales, eventos y protocolo. La organización de los actos públicos
- La Gestión de Patrocinios y Eventos. Los eventos como momentos clave de comunicación. Gestión de los distintos tipos de eventos. La producción del acto: briefing, investigación, contrabriefing y negociación. El buen uso de las herramientas de planificación: retrotimming, timming, escaleta y roadbook
- La gestión de las relaciones con medios

2. Estrategias de Comunicación

- Creatividad
- Creación de un mapa de públicos
- Creación del Plan de Comunicación
- Instrumentos de la Comunicación Externa
- Instrumentos de la Comunicación Interna
- Herramientas de comunicación offline y online
- Comunicación 2:0. Redes sociales
- Comunicación alternativa. Buzz marketing, cross marketing y street marketing
- Comunicación de crisis
- Estrategias comerciales y de promoción
- El programa de relaciones públicas.
- El complemento de la publicidad, las relaciones públicas y la comunicación institucional. Introducción a los conceptos de lobbying, asuntos públicos, relaciones con la comunidad y relaciones con inversores.
- Técnicas de comunicación personal. Public-Speaking. El miedo escénico: técnicas y recursos para superarlo.

3. Planificación de medios

- Planificación de una estrategia de medios
- Negociaciación y compra de medios
- Claves de la planificación estratégica on+off.
- El briefing social. Objetivos de la campaña. Cobertura vs afinidad
- Condicionantes de la eficacia publicitaria. La medición del retorno de la inversión
- Publicidad en redes sociales y medios digitales. Modelos de compra
- La creación de una campaña de Ads en Facebook. Aplicaciones y promos en Facebook
- Twitter: evolución y modelos. Las soluciones comerciales en Twitter
- El escenario del video en España. @
- YouTube, la evolución de la plataforma de vídeo.
- Google+. La estrategia de productos integrados de Google. Hangouts de Google+
- Linkedin. Networking y posibilidades publicitarias
- Display, SEO, SEM y SM
- Herramientas de monitorización web. Herramientas de monitorización social
- Plataformas y herramientas de analítica. Analítica de blogs
- Reporting online. Dashboard y Kpis
- La eficacia de la publicidad online
- La contratación publicitaria en mercados industriales
- Escenarios de futuro en la televisión y de la publicidad. Digitalización, interactividad y fragmentación de audiencias. La televisión inteligente. Convergencia de tecnologías y medios.
- Legislación

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

- **CE14** - Identificar y desarrollar planes de comunicación interna y externa alineados con la estrategia corporativa y que refuercen el posicionamiento de la empresa en el mercado, la percepción de valor por los clientes y el compromiso de los empleados. (Competencia específica de la especialidad Comunicación Estratégica).
- **CE15** - Comparar, seleccionar e implementar las acciones concretas de comunicación de acuerdo con los planes establecidos y teniendo en cuenta la naturaleza de los stakeholders, así como controlar su rentabilidad. (Competencia específica de la especialidad Comunicación Estratégica).
- **CE16** - Elaborar auditorías de riesgos y protocolos de actuación en casos de comunicación de crisis, manejando eficazmente todos los medios incluyendo los audiovisuales y digitales, con la actitud de preservar la confianza de clientes y demás stakeholders. (Competencia específica de la especialidad Comunicación Estratégica)