



La comunicación hacia grupos minoritarios

Sku: 3733-37_V2

Horas: 50

OBJETIVOS

- Profundizar sobre la competitividad y management estratégico
- Profundizar sobre la organización y diversas estructuras estratégicas de la empresa.
- Saber tomar decisiones estratégicas.
- Conocer los diferentes niveles de planificación y decisión estratégica.
- Profundizar sobre el diagnóstico interno y el análisis funcional de la empresa.
- Conocer la cadena de valor y el perfil estratégico de la empresa

CONTENIDOS

UD1.Los grupos minoritarios 1. Grupos minoritarios 2. Identificación y límites 3. Integración y cohesión social **UD2.Grupos minoritarios y las visiones externas e internas** 1. Visualización por las mayorías 2. Tratados internacionales sobre los grupos minoritarios 3. Organizaciones y grupos de interés 4. Capacidad de influencia de los grupos minoritarios **UD3.Identificación y segmentación para la comunicación** 1. Identificar a la audiencia 2. Análisis de entorno y de datos 3. La segmentación 4. Planificación estratégica para la comunicación **UD4.Portavoz o vocería** 1. Introducción 2. Imagen e identidad 3. Construcción de confianza 4. El mensaje **UD5.Herramientas de difusión del mensaje** 1. Introducción 2. La oratoria como herramienta inicial 3. Medios de comunicación 4. Grupos de interés 5. Contacto directo 6. Redes sociales