



La influencia de los mass media en la campaña del líder.

Sku: 3804-09_V2

Horas: 50

OBJETIVOS

- Incorporar conceptos sobre las diversas teorías y escuelas que hablan de marketing político y la utilización de los mass media.
- Conocer como el sistema político y sus actores configuran los canales de comunicación del sistema mediático.
- Conocer el término agenda setting y cómo se construye la realidad diaria
- Conocer los puntos básicos para crear un plan de medios y dirigir una campaña a través de ellos.

CONTENIDOS

- **Unidad 1. Medios de comunicación e imagen pública**
 - Introducción a la comunicación política
 - Escuela de Chicago
 - Investigación en comunicación política
 - La escuela funcionalista
 - Estudio sobre las elecciones en EE.UU.
 - Los efectos de las comunicaciones de masas
 - Elecciones
 - El papel de la televisión
 - Personalización de la política
 - Transformación de los partidos
 - Imagen Pública
 - Imagen y Política
 - Imagen y Empresa
- **Unidad 2. Sistema político y medios de comunicación**
 - La mediatización de la política

- Los Actores Políticos
 - El Presidente
 - El Gobierno
 - El Parlamento
 - Los partidos políticos
 - Los grupos de interés y los grupos de presión
 - La judicatura
- Los Medios de Comunicación
 - La Prensa
 - La televisión
 - Los nuevos medios
 - Los comentaristas y los “expertos” en política
- **Unidad 3. La agenda SETTING**
 - La agenda de temas (SETTING)
 - Agenda de medios y agenda política
 - La situación en España
 - opinión e información
- **Unidad 4. El plan de medios**
 - Cómo se crea un plan de medios
 - Análisis de antecedentes
 - Definición de objetivos
 - Recomendación de medios
 - Recomendación de periodos de actividad
 - Selección de soportes
 - Elaboración de calendario y presupuesto
 - Resumen de resultados esperados. Evaluación
 - Recomendaciones para la negociación y compra
 - Seguimiento
 - Nociones básicas de publicidad
- **Unidad 5. Escenarios de crisis**
 - Dos puntos de vista
 - Reacciones peligrosas
 - Rutinas de trabajo y otros principios
 - Rutinas genéricas
 - Rutinas de trabajo en campaña
 - Los medios conciben las elecciones como confrontación
- **Unidad 6. Políticos y periodistas, una necesaria convivencia**
 - Antagonistas complementarios
 - Ámbitos compartidos
 - La gobernanza amenazada