

# DIRECCIÓN DE COMUNICACIONES

**SKU:** EVOL-1471-VNO-A | **Categorías:** [ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN](#), [Gestión de la información y comunicación](#)

## INFORMACIÓN DEL CURSO

**Horas** [50](#)

CURSO DE ESPECIALIZACIÓN

### Dirección de Comunicaciones

#### Objetivos

- Conocer las diferentes formas de comunicación existentes
- Descubrir las fases del proceso de la comunicación y los modelos existentes
- Profundizar en las características del proceso de comunicación.
- Analizar las divas implicaciones éticas que emanan de la comunicación.
- Estudiar la figura del DIRCOM.
- Profundizar en la relación entre los medios de comunicación y el proceso democrático.
- Conocer los efectos de la comunicación y la publicidad política.
- Desglosar los costes de las campañas de comunicación y la comercialización de la política en general.

#### Contenidos

##### UD1. Conceptos sobre comunicación

1. Introducción: De Aristóteles a Obama: una breve historia de la comunicación
2. Formas de comunicación
  - 2.1 Comunicación intrapersonal
  - 2.2. Comunicación interpersonal
  - 2.3. Comunicación grupal
  - 2.4. Comunicación pública
  - 2.5. Comunicación de masas
3. El proceso de la comunicación
  - 3.1. Modelo de transmisión de la comunicación
  - 3.2. Modelo de transacción de la comunicación
  - 3.3. La comunicación como elemento de satisfacción
4. Características del proceso de comunicación
  - 4.1. La comunicación está guiada por la cultura y el contexto
  - 4.2. La comunicación se aprende y es simbólica



- 4.3. Reglas y normas
- 5. Implicaciones éticas de la comunicación
- 6. La figura del DIRCOM en la política

**UD2.Propaganda, comunicación persuasiva y comunicación política**

- 1. Fuentes de la propaganda y la comunicación política
  - 1.1. La publicidad
  - 1.2. La política
- 2. Tipologías
- 3. Propaganda e historia
  - 3.1. Antecedentes
- 4. Propaganda leninista
- 5. Propaganda fascista y nazi
  - 5.1. El fascismo italiano
  - 5.2. El nazismo
- 6. Segunda Guerra Mundial y guerra fría
  - 6.1. La propaganda en la Segunda Guerra Mundial
  - 6.2. La propaganda en la Guerra Fría
- 7. La era de la televisión: El advenimiento del marketing político

**UD3.Elementos de la comunicación política**

- 1. Los medios y el proceso democrático
  - 1.1. Limitaciones
  - 1.2. La fabricación del consenso
- 2. Los efectos de la comunicación política
  - 2.1. El proceso de comunicación
  - 2.2. La evidencia
  - 2.3. Comportamiento electoral
  - 2.4. Investigación experimental
- 3. La efectividad de la comunicación política
- 4. El efecto de la publicidad política
- 5. Comunicación política y proceso democrático
- 6. Los costes de las campañas de comunicación
- 7. La comercialización de la política
  - 7.1. Los medios políticos
  - 7.2. El entorno mediático
- 8. La democracia y los medios
- 9. La hegemonía de los medios
- 10. Comunicación política y producción de medios

**UD4.La comunicación de los partidos políticos**

- 1. La publicidad
  - 1.1. El poder de la publicidad
  - 1.2. Publicidad política, una propuesta de definición



- 1.3. Funcionamiento de los anuncios
- 2. Publicidad y política
  - 2.1. El auge de la imagen
  - 2.2. Mito y símbolo
  - 2.3. Publicidad negativa
- 3. Relaciones publicas políticas
  - 3.1. El debate político
  - 3.2. El pseudoevento
  - 3.3. Gestión de la imagen
  - 3.4. Marketing político
  - 3.5. Gestión gubernamental de la comunicación
- 4. Otros actores de la comunicación política
  - 4.1. Grupos de presión
- 5. Guía de medios para la comunicación política

Tal vez te pueda interesar este curso: [Acceso a sistemas gestores de bases de datos](#)

Síguenos en: [Instagram](#)

