



***Master en Protocolo y Comunicación en
Hostelería + Titulación Universitaria***

+ Información Gratis

Titulación certificada por EDUCA BUSINESS SCHOOL

Master en Protocolo y Comunicación en Hostelería + Titulación Universitaria

Master en Protocolo y Comunicación en Hostelería + Titulación Universitaria

Duración: 800 horas

Precio: 1.200 € *

Modalidad: Online

* Titulación y gastos de envío incluidos.



+ Información Gratis



<http://www.educa.net>

Información y matrículas: 958 050 217

Descripción

Si trabaja en el entorno de la hostelería y desea conocer los aspectos fundamentales sobre protocolo en este sector este es su momento, con el Master en Protocolo y Comunicación en Hostelería podrá adquirir las técnicas oportunas para realizar eventos de marketing y comunicación, siempre bajo las normas de protocolo más profesionales.

A quién va dirigido

Este Master en Protocolo y Comunicación en Hostelería está dirigido a aquellos profesionales interesados en especializarse en las funciones de protocolo en el sector de la hostelería, así como a personas que quieran aprender los conceptos esenciales para desenvolverse en este entorno.

Objetivos

- Ofrecer un primer acercamiento al protocolo como disciplina que regula la comunicación institucional.
- Describir las habilidades comunicativas e interpersonales que deben impregnar las relaciones protocolarias.
- Aprender cuáles son los conceptos y reglas esenciales del protocolo, tanto oficial como empresarial, así como los aspectos que relacionan esta disciplina con la comunicación.
- Conocer aquellos principios y normas que rigen el protocolo en los hoteles, como establecimientos de hostelería que no sólo proporcionan alojamiento, sino que suministran servicios de restauración u organización de eventos.
- Determinar las condiciones de ejecución y prestación del servicio o producto de distintos proveedores de eventos y acciones de marketing y comunicación.
- Elaborar informes de control y evaluación de resultados del desarrollo de distintos tipos de actos y eventos de marketing y comunicación.
- Conocer los aspectos esenciales de la publicidad y las relaciones públicas.

Para que te prepara

El Master en Protocolo y Comunicación en Hostelería le prepara para tener una visión completa sobre protocolo en el sector de la hostelería, aplicando procesos para gestionar eventos de marketing y comunicación, además de desarrollar técnicas propias de las relaciones públicas.

+ Información Gratis



Salidas laborales

Hostelería / Protocolo / Comunicación.

+ Información Gratis



Titulación

Doble Titulación: - Titulación de Master en Protocolo y Comunicación en Hostelería con 600 horas expedida por EDUCA BUSINESS SCHOOL como Escuela de Negocios Acreditada para la Impartición de Formación Superior de Postgrado, con Validez Profesional a Nivel Internacional - Titulación Universitaria en Curso en Protocolo con 8 Créditos Universitarios ECTS. Formación Continua baremable en bolsas de trabajo y concursos oposición de la Administración Pública.

Una vez finalizados los estudios y superadas las pruebas de evaluación, el alumno recibirá un diploma que certifica el “nombre del Curso”, de EDUCA BUSINESS SCHOOL, avalada por nuestra condición de socios de AEC, y por nuestra Certificación en Calidad ISO 9001:2015 y Certificación en Medioambiente ISO 14001:2015 por AENOR, máximas instituciones españolas en calidad.

Los diplomas, además, llevan el sello de Notario Europeo, que da fe de la validez, contenidos y autenticidad del título a nivel nacional e internacional.

Forma de financiación

- Contrarrembolso.
- Transferencia.
- Tarjeta de crédito.

+ Información Gratis



Metodología

Entre el material entregado en este curso se adjunta un documento llamado Guía del Alumno dónde aparece un horario de tutorías telefónicas y una dirección de e-mail dónde podrá enviar sus consultas, dudas y ejercicios. Además recibirá los materiales didácticos que incluye el curso para poder consultarlos en cualquier momento y conservarlos una vez finalizado el mismo. La metodología a seguir es ir avanzando a lo largo del itinerario de aprendizaje online, que cuenta con una serie de temas y ejercicios. Para su evaluación, el alumno/a deberá completar todos los ejercicios propuestos en el curso. La titulación será remitida al alumno/a por correo una vez se haya comprobado que ha completado el itinerario de aprendizaje satisfactoriamente.

Materiales didácticos



- Maletín porta documentos
- Manual teórico 'Relaciones Públicas Vol. 1'
- Manual teórico 'Protocolo en Eventos de Marketing y Comunicación'
- Manual teórico 'Organización de Eventos de Marketing y Organización'
- Manual teórico 'Protocolo'
- Manual teórico 'Relaciones Públicas Vol. 2'
- CDROM 'Marketing, Publicidad, Medios y Ventas'

+ Información Gratis



- Subcarpeta portafolios
- Dossier completo Oferta Formativa
- Carta de presentación
- Guía del alumno
- Bolígrafo

+ Información Gratis



Profesorado y servicio de tutorías

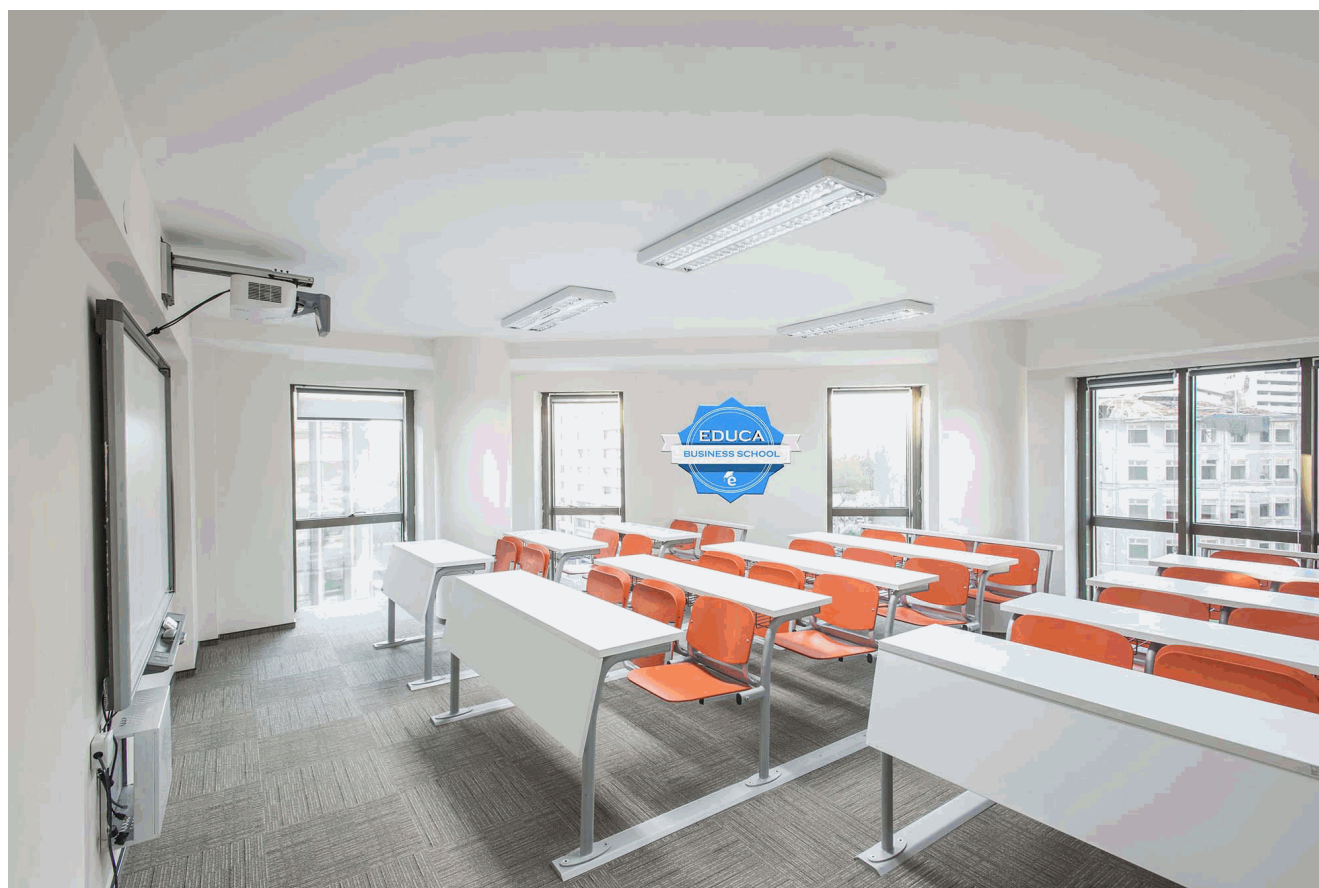
Nuestro centro tiene su sede en el "Centro de Empresas Granada", un moderno complejo empresarial situado en uno de los centros de negocios con mayor proyección de Andalucía Oriental. Contamos con una extensa plantilla de profesores especializados en las distintas áreas formativas, con una amplia experiencia en el ámbito docente.

El alumno podrá contactar con los profesores y formular todo tipo de dudas y consultas, así como solicitar información complementaria, fuentes bibliográficas y asesoramiento profesional.

Podrá hacerlo de las siguientes formas:

- **Por e-mail:** El alumno podrá enviar sus dudas y consultas a cualquier hora y obtendrá respuesta en un plazo máximo de 48 horas.

- **Por teléfono:** Existe un horario para las tutorías telefónicas, dentro del cual el alumno podrá hablar directamente con su tutor.



+ Información Gratis



<http://www.educa.net>

Información y matrículas: 958 050 217

Plazo de finalización

El alumno cuenta con un período máximo de 12 meses para la finalización del curso, a contar desde la fecha de recepción de las claves de acceso a su curso.

Si una vez cumplido el plazo no se han cumplido los objetivos mínimos exigidos (entrega de ejercicios y evaluaciones correspondientes), el alumno podrá solicitar una prórroga con causa justificada de 6 meses con un coste adicional de 60€.

Bolsa de empleo

El alumno tendrá la posibilidad de incluir su currículum en nuestra bolsa de empleo y prácticas, participando así en los distintos procesos de selección y empleo gestionados por más de 2000 empresas y organismos públicos colaboradores, en todo el territorio nacional.

Club de alumnos

Servicio gratuito que permitirá al alumno formar parte de una extensa comunidad virtual que ya disfruta de múltiples ventajas: becas, descuentos y promociones en formación, viajes al extranjero para aprender idiomas...

Revista digital

El alumno podrá descargar artículos sobre e-learning, publicaciones sobre formación a distancia, artículos de opinión, noticias sobre convocatorias de oposiciones, concursos públicos de la administración, ferias sobre formación, etc.

+ Información Gratis



Programa formativo

PARTE 1. PROTOCOLO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL PROTOCOLO

1. Origen
2. Clases
3. Utilidad
4. Usos sociales
5. Legislación de protocolo y ceremonial del Estado, Académico y Religioso

UNIDAD DIDÁCTICA 2. TIPOS DE PROTOCOLO I

1. Protocolo social
2. Protocolo académico
3. Protocolo internacional
4. Protocolo de banquetes y comidas
5. Protocolo de normas de expresión y comportamiento a través de Internet

UNIDAD DIDÁCTICA 3. TIPOS DE PROTOCOLO II

1. Protocolo en actos deportivos
 - 1.- Normativa y reglamento y control de premiaciones
2. Protocolo de atención
3. Protocolo de seguridad
 - 1.- Escoltas en los vehículos
 - 2.- Caravanas de seguridad

UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL DEPARTAMENTO DE PROTOCOLO

1. Formación y funciones del departamento de protocolo
2. Normas y usos habituales en actos protocolarios
 - 1.- Decoración y elementos escenográficos
 - 2.- Disposición de autoridades
 - 3.- Uso de símbolos oficiales: banderas, himnos, logotipos e imágenes de empresa
 - 4.- Orden de intervenciones y jerarquía
 - 5.- Atención a invitados y acompañantes
3. Incidencias habituales en el desarrollo de actos y eventos
 - 1.- Fórmulas de resolución

UNIDAD DIDÁCTICA 5. PLANIFICACIÓN Y ORGANIZACIÓN DE ACTOS

1. ¿Por qué organizamos un acto?
2. Planificación y Organización del acto
3. Formato del acto y Público objetivo
4. Planificación, Presupuesto, Programación y Organización
 - 1.- Planificación
 - 2.- Presupuesto

+ Información Gratis



- 3.- Programación
- 4.- Organización
- 5. Destino y Lugar de Celebración
- 6. Ejemplo de diseño y planificación de un evento deportivo

UNIDAD DIDÁCTICA 6. HABILIDADES DE COMUNICACIÓN

- 1. Técnicas de comunicación y habilidades sociales aplicadas al protocolo
 - 1.- Técnicas de comunicación
 - 2.- Habilidades sociales
- 2. Análisis del proceso de comunicación y sus barreras
 - 1.- Barreras en la comunicación
- 3. Resolución de problemas de comunicación
- 4. Análisis de características de la comunicación
 - 1.- Comunicación de estilo agresivo
 - 2.- Comunicación de estilo pasivo
 - 3.- Comunicación de estilo asertivo
- 5. Aplicación de comportamientos básicos en función de tipologías y diferencias culturales
- 6. Trato adecuado a personas con discapacidad
 - 1.- Normas de protocolo con usuarios discapacitados

UNIDAD DIDÁCTICA 7. LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE MASAS

- 1. La utilización de los medios de comunicación de masas en el protocolo
- 2. Televisión
- 3. Radio
- 4. Prensa escrita
- 5. Internet
- 6. La publicidad
 - 1.- Publicidad ilícita
 - 2.- Publicidad subliminal
 - 3.- Publicidad engañosa y desleal

UNIDAD DIDÁCTICA 8. HABILIDADES SOCIALES

- 1. ¿Qué son las habilidades sociales?
- 2. Cómo se desarrollan las habilidades sociales
- 3. Asertividad
- 4. Empatía
 - 1.- Fases de la empatía
 - 2.- Efectos de la empatía
 - 3.- Dificultades de la empatía
- 5. Autoestima
- 6. Escucha activa
- 7. Negociación
- 8. Técnicas de comunicación y relación grupal
- 9. Composición de equipos
 - 1.- Causas por las que puede fracasar un equipo
 - 2.- Eficacia de los equipos
- 10. Dinámica de grupos

+ Información Gratis



UNIDAD DIDÁCTICA 9. HABILIDADES DIRECTIVAS

- 1.Introducción
- 2.Factores de conocimiento e inteligencia: evolución de las competencias directivas: Esquema de Koontz y O'Donne
 - 1.- Gestión del Conocimiento
 - 2.- La Inteligencia competitiva organizacional
 - 3.- Relación entre Gestión del Conocimiento e Inteligencia Competitiva
 - 4.- Evolución de las competencias directivas- Esquema de Koontz y O'Donnell
- 3.Factores de experiencia
 - 1.- Anclas de Carrera
- 4.Factores de personalidad
 - 1.- Determinantes de la personalidad
 - 2.- Autoconocimiento
 - 3.- Valores

UNIDAD DIDÁCTICA 10. CREATIVIDAD

- 1.Pensamiento creativo
- 2.Fases de la creatividad
- 3.Búsqueda de nuevas ideas
- 4.Técnicas de creatividad
- 5.Gestión creativa de conflictos

PARTE 2. ORGANIZACIÓN DE EVENTOS DE MARKETING Y COMUNICACIÓN

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PLANIFICACIÓN DE EVENTOS DE MARKETING Y COMUNICACIÓN.

- 1.Imagen y de comunicación de la empresa:
 - 1.- Mecenazgo, patrocinio y colaboración.
 - 2.- Consolidación de marcas y productos.
- 2.Eventos en marketing y comunicación:
 - 1.- Ferias.
 - 2.- Actos promocionales.
 - 3.- Actos institucionales.
 - 4.- Congresos.
 - 5.- Recepciones.
 - 6.- Ruedas de prensa y otros eventos.
- 3.Documentación interna de planificación.
 - 1.- Cronograma y Organización de eventos.
 - 2.- Planos, información práctica.
 - 3.- Seguridad del evento.
- 4.Atención especial a autoridades.
- 5.Comunicación de eventos entre otros:
 - 1.- Correspondencia.
 - 2.- Publicidad del evento.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. GESTIÓN Y CONTRATACIÓN DE ESPACIOS, MEDIOS Y PERSONAS PARA EVENTOS.

- 1.Selección y negociación de ofertas.

+ Información Gratis



- 1.- Especificaciones del lugar, material y equipo necesario.
 - 2.- Lugares de celebración.
 - 3.- Proveedores de servicios.
 2. Contratación de prestación de lugares o alquiler de medios.
 - 1.- Contratación de servicios de logística y catering del evento.
 - 2.- Contratación de otros medios de apoyo al evento.
 3. Organización de recursos humanos y materiales para el desarrollo de eventos:
 - 1.- Personal para el evento.
 - 2.- Contratación y transmisión de instrucciones y normas.
 4. Prácticas habituales en la organización y gestión de eventos de marketing y comunicación.
 - 1.- Utilización de aplicaciones informáticas en la gestión de eventos.
- UNIDAD DIDÁCTICA 3. CONTROL Y SEGUIMIENTO DE EVENTOS DE MARKETING Y COMUNICACIÓN.**
1. Supervisión y seguimiento de eventos.
 - 1.- Control de participantes.
 2. Coordinación de recursos y proveedores: puntualidad, protocolo, seguridad y coordinación de servicio técnico.
 3. Repercusión en los medios y Dossier de prensa.
 4. Calidad en los servicios de gestión de eventos.
 - 1.- Tratamiento de las reclamaciones y quejas.
 - 2.- Incidencias y actuaciones ante las desviaciones e imprevistos.
 5. Evaluación de servicios requeridos por los eventos.
 - 1.- Elaboración de informes de actos y eventos.
 - 2.- Indicadores de calidad del evento.
 - 3.- Cuestionarios de satisfacción.
 6. Utilización de aplicaciones informáticas en la gestión de la calidad de eventos.

PARTE 3. PROTOCOLO EN EVENTOS DE MARKETING COMUNICACIÓN

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PROTOCOLO Y COMUNICACIÓN PERSONAL Y CORPORATIVA.

1. Relaciones entre protocolo e imagen corporativa:
 - 1.- Naturaleza del protocolo empresarial.
 - 2.- Manual de protocolo de la empresa.
 - 3.- Comunicación corporativa.
2. Tipos de protocolo:
 - 1.- Protocolo social.
 - 2.- Protocolo académico.
 - 3.- Protocolo internacional.
 - 4.- Protocolo de banquetes y comidas.
 - 5.- Protocolo de normas de expresión y comportamiento a través de Internet.
 - 6.- Protocolo de actos deportivos.
 - 7.- Protocolo de atención.
 - 8.- Protocolo de seguridad.
3. Habilidades sociales y relaciones interpersonales.
 - 1.- Normas de comportamiento y educación social.

+ Información Gratis



- 2.- Relaciones personales y relaciones de grupo: similitudes y diferencias.
- 3.- Psicología individual y social básica aplicada a actos sociales.
- 4.- Liderazgo, empatía y asertividad.
- 4.La imagen personal.
 - 1.- Elección del vestuario.
 - 2.- Formas de saludar.
- 5.Formas protocolares de expresión oral:
 - 1.- Comunicación verbal.
 - 2.- El lenguaje corporal.
- 6.Formas protocolares de expresión escrita.
- 7.Atención a los medios de comunicación y prensa.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. CEREMONIAL DE ACTOS Y EVENTOS DE MARKETING Y COMUNICACIÓN.

- 1.Legislación de protocolo y ceremonial del Estado, Académico y Religioso.
- 2.Ceremonial y protocolo institucional aplicado a eventos de empresas.
- 3.Normas y usos habituales en actos protocolarios:
 - 1.- Decoración y elementos escenográficos.
 - 2.- Disposición de autoridades.
 - 3.- Uso de símbolos oficiales: banderas, himnos, logotipos e imágenes de empresa.
 - 4.- Orden de intervenciones y jerarquía.
 - 5.- Atención a invitados y acompañantes.
- 4.Desarrollo de actos y eventos protocolarios:
 - 1.- Incidencias habituales en el desarrollo de actos y eventos.
 - 2.- Fórmulas de resolución.

PARTE 4. RELACIONES PÚBLICAS

MÓDULO 1. COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN A LA COMUNICACIÓN

- 1.Definición de comunicación
- 2.Elementos y características de la comunicación
- 3.Teorías comunicativas según el contexto
- 4.Obstáculos comunicativos
- 5.Tipologías comunicativas

UNIDAD DIDÁCTICA 2. HABILIDADES Y COMPETENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

- 1.Habilidades de la conversación
- 2.Proceso de escucha
- 3.Importancia de la empatía en la comunicación
- 4.Reformulación de comunicaciones
- 5.Cómo lograr la aceptación incondicional
- 6.La habilidad de personalizar
- 7.La confrontación en la comunicación

UNIDAD DIDÁCTICA 3. COMUNICACIÓN EMPRESARIAL

- 1.Introducción a la comunicación en la empresa
- 2.Proceso y elementos de la comunicación

+ Información Gratis



- 3. La calidad de las comunicaciones empresariales
- 4. Tipos de comunicaciones: Internas y externas
- 5. Tipologías de comunicación empresarial

UNIDAD DIDÁCTICA 4. POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN INTEGRAL EMPRESARIAL

- 1. PCI o políticas de comunicación integral
- 2. Formación en comunicación de los directivos
- 3. Organización de actos públicos
- 4. Actitudes y comportamientos ante medios de comunicación

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LIDERAZGO EMPRESARIAL

- 1. Introducción al proceso directivo
- 2. Características y teorías de liderazgo

UNIDAD DIDÁCTICA 6. LIDERAZGO Y MOTIVACIÓN LABORAL

- 1. Conceptualización de motivación laboral
- 2. Características y teorías de la motivación laboral
- 3. Liderazgo y motivación
- 4. Logro de satisfacción laboral

UNIDAD DIDÁCTICA 7. INICIACIÓN A LA NEGOCIACIÓN

- 1. Definición de negociación
- 2. Características generales de la negociación
- 3. Elementos fundamentales
- 4. Proceso de negociación y fases principales

UNIDAD DIDÁCTICA 8. ESTRATEGIAS Y TÉCNICAS FUNDAMENTALES DE NEGOCIACIÓN

- 1. Definición de estrategias en negociación
- 2. Técnicas y tácticas de negociación
- 3. Elementos prácticos de la negociación

UNIDAD DIDÁCTICA 9. LA IMPORTANCIA DEL SUJETO NEGOCIADOR

- 1. Características de la personalidad del negociador
- 2. Habilidades fundamentales que debe desarrollar todo negociador
- 3. Propiedades del sujeto negociador
- 4. Tipos de sujetos negociadores

MÓDULO 2. MARKETING RELACIONAL

UNIDAD DIDÁCTICA 10. CONCEPTUALIZACIÓN DEL MARKETING RELACIONAL

- 1. Marketing transaccional vs. Marketing relacional
- 2. Diferencias entre venta transaccional y venta relacional
- 3. Marketing relacional como marketing enfocado al cliente
- 4. Elementos que inciden en el desarrollo del marketing relacional
- 5. Conceptos integrados en el marketing relacional

UNIDAD DIDÁCTICA 11. LA FIDELIZACIÓN DEL CLIENTE COMO BASE DEL MARKETING RELACIONAL

- 1. La fidelización como objetivo del marketing relacional
- 2. Nivel de fidelidad de los clientes
- 3. Programas de fidelización
- 4. Objetivos de un programa de fidelización
- 5. Efecto de los programas de fidelización en los resultados empresariales

+ Información Gratis



6. Implicaciones de la fidelización en el largo plazo

UNIDAD DIDÁCTICA 12. FIDELIZACIÓN DE CLIENTES ONLINE

1. Objetivos y factores de los programas de fidelización online
2. Conceptos de fidelización online
3. Programas multisectoriales
4. Captación y fidelización del cliente en Internet
5. Estructura de un plan de fidelización

UNIDAD DIDÁCTICA 13. HERRAMIENTAS DE ANÁLISIS EN LOS PROGRAMAS DE FIDELIZACIÓN

1. La base de datos
2. Creación de una base de datos
3. Elementos de una base de datos de marketing
4. Calidad de los datos
5. Sistemas de Información Geográfica en Marketing
6. Data mining

UNIDAD DIDÁCTICA 14. LA SEGMENTACIÓN DE CLIENTES COMO PRINCIPAL HERRAMIENTA PARA CONOCER AL CLIENTE

1. Segmentación tradicional vs. Segmentación de marketing relacional
2. Criterios de segmentación
3. Técnicas de análisis y segmentación de clientes
4. Segmentación en Internet
5. Geomarketing y segmentación

UNIDAD DIDÁCTICA 15. MÉTRICAS EN MARKETING RELACIONAL

1. La importancia de medir los resultados
2. Definición de un plan de investigación
3. Tipologías básicas de métricas en el marketing relacional
4. Métricas de clientes
5. Otros indicadores básicos

UNIDAD DIDÁCTICA 16. GENERACIÓN DE LEADS

1. Estrategias para captar leads de calidad
2. Utilización de email marketing para captar leads
3. Utilización de buscadores para la generación de leads
4. El permission marketing

MÓDULO 3. SOCIAL MEDIA Y RELACIONES PÚBLICAS

UNIDAD DIDÁCTICA 17. INTRODUCCIÓN Y CONTEXTUALIZACIÓN DEL SOCIAL MEDIA

1. Tipos de redes sociales
2. La importancia actual del social media
3. Prosumer
4. Contenido de valor
5. Marketing viral
6. La figura del Community Manager
7. Social Media Plan
8. Reputación Online

UNIDAD DIDÁCTICA 18. SOCIAL CRM

+ Información Gratis



- 1.Introducción
- 2.Marketing relacional
- 3.Experiencia del usuario
- 4.Herramientas de Social CRM

UNIDAD DIDÁCTICA 19. ATENCIÓN AL CLIENTE EN FACEBOOK

- 1.Introducción
- 2.Escucha activa
- 3.Uso de chatbots en Facebook Messenger
- 4.Información de la Fanpage
- 5.Gestión de Comentarios
- 6.Reseñas o valoraciones

UNIDAD DIDÁCTICA 20. ATENCIÓN AL CLIENTE EN TWITTER

- 1.Introducción
- 2.Información básica del perfil
- 3.Agregar un botón de mensaje
- 4.Configurar mensajes de bienvenida
- 5.Deep Links
- 6.Monitorización
- 7.Gestión de comentarios
- 8.Gestionar crisis de reputación en Twitter

UNIDAD DIDÁCTICA 21. ATENCIÓN AL CLIENTE EN INSTAGRAM

- 1.Introducción
- 2.Información básica del perfil
- 3.Instagram Direct
- 4.Gestión de comentarios
- 5.Herramientas de Análisis y monitorización

UNIDAD DIDÁCTICA 22. GESTIÓN DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN SOCIAL MEDIA

- 1.Definir la estrategia
- 2.Cuentas específicas
- 3.Identificación del equipo
- 4.Definir el tono de la comunicación
- 5.Protocolo de resolución de problemas
- 6.Manual de Preguntas Frecuentes (FAQ)
- 7.Monitorización
- 8.Gestión, seguimiento y fidelización
- 9.Medición de la gestión de atención al cliente

MÓDULO 4. RELACIONES PÚBLICAS Y GABINETES DE PRENSA

UNIDAD DIDÁCTICA 23. LAS RELACIONES PÚBLICAS

- 1.Introducción
- 2.Concepto y definición de relaciones públicas
- 3.Elementos de las relaciones públicas
- 4.Análisis de los públicos
- 5.El contexto económico empresarial actual: las relaciones públicas como práctica de la responsabilidad social

+ Información Gratis



- 6. Implicaciones del marketing social en las relaciones públicas
- 7. La integración de las relaciones públicas en el plan de comunicación
- 8. La efectividad y la investigación en las relaciones públicas
- 9. Análisis del posicionamiento según Ries y Trout: publicidad vs relaciones públicas

UNIDAD DIDÁCTICA 24. GABINETES DE PRENSA Y NEGOCIACIÓN CON LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

- 1. Introducción y planteamiento general
- 2. Consideraciones preliminares
- 3. La personalización de las relaciones con la prensa
- 4. Negociación de las partidas y noticiabilidad
- 5. Gestión y coordinación
- 6. Desarrollo del trabajo del gabinete

Haz clic para conocer nuestro catálogo de [cursos online](#)

Terminos relacionados:

Actos Públicos, Clases de Protocolo, Comunicación, Comunicación Empresarial e institucional, Condecoraciones, Cortesía Social, Empresarial, Formación de Comunicación, hostelería, Institucional, Ordenación de Invitados, Políticas de Comunicación Integral, Precedencia, Presidencia, Protocolo, Reuniones

+ Información Gratis

