

UBDepec

Educación Continua

CICLO 2024

**PROGRAMA DE
RELACIONAMIENTO
CON LA PRENSA Y
MEDIA TRAINING**

INTRODUCCIÓN

¿Para qué sirve un Media Training? Un entrenamiento en medios nos permite acercarnos y entender el mundo de las empresas de comunicación y su impacto en el trabajo de Voceros y Relaciones Institucionales. En especial, nos abre una puerta para conocer las claves del vínculo con la prensa (periodistas, productores y gerentes de medios) y las herramientas para recrear con ella un espacio de confianza y respeto. A su vez, la práctica observada sobre la construcción de posibles escenarios (conferencias, asaltos, entrevistas en diversos formatos) facilita el reconocimiento de nuestras fortalezas y los aspectos a mejorar para ganar en solvencia y capacidad de respuesta frente a la demanda incesante de los medios.

DESTINATARIOS

El programa está dirigido a quienes ocupan puestos de dirección en diversas organizaciones públicas y privadas: Ejecutivos, Gerentes de Relaciones Institucionales, Voceros, Consultores, y toda aquella persona responsable de la representación de su organización frente a los medios.

OBJETIVOS

Lograr mayor confianza a la hora de hablar con los medios
Dar forma a los mensajes clave (saber cómo y qué decir)
Estar preparado para preguntas difíciles (sortear dificultades)
Mantenerse en control (capacidad para dirigir la entrevista)
Entrenarse para emitir mensajes claros y concisos (menos riesgos de ser malinterpretado)
Capacitarse para el manejo de las situaciones de crisis
Establecer con la prensa un vínculo de confianza y respeto
Entender la dinámica de los medios para la construcción de contenidos de interés
Desarrollar herramientas para una oratoria y comunicación efectivas
Comprender el impacto de la comunicación no verbal y las emociones

PROGRAMA

UNIDAD I: MEDIA TRAINING, COMUNICACIÓN, MEDIOS MASIVOS Y OPINIÓN PÚBLICA

Por qué entrenarse con un Media Training. Objetivos de la capacitación. ¿Qué es comunicación? Modelos clásicos de comunicación. Los medios masivos y la opinión pública. La vocería: conceptos, función y atributos. Habilidades a desarrollar en un vocero. Liderazgo y comunicación. Pensar sentado y pensar de pie. La presencia en el momento. Ejercitación.

UNIDAD II: ORATORIA Y COMUNICACIÓN EFECTIVA

Qué es la oratoria. Importancia de la Oratoria. Cualidades básicas del Orador. Dificultades específicas de la lengua oral. Estrategias de comunicación oral efectiva. La voz: cualidades y malos hábitos. La respiración. Métodos y estilos oratorios. Defectos de los oradores: como subsanarlos. Construyendo los mensajes clave. El miedo oratorio: causas y técnicas de control. Ejercitación.

UNIDAD III: DISCURSO Y NARRATIVA

Principios de un buen orador. Componentes y reglas para construir un discurso persuasivo. Equilibrio ethos, pathos, logos. Estructuración retórica del discurso: de la ideación a la puesta en escena. Ideas condensadas y partes internas del discurso. Técnicas para construir un discurso sólido. Tensión y distensión. Contextualización y framing. El discurso dentro de una narrativa. Perfil y la visión. Ejercitación.

UNIDAD IV: VOCERÍA Y MEDIOS

Teorías de la comunicación. Agenda Setting y Newsmaking (teorías especializadas en la construcción de la noticia). Gestión de prensa. Plan de gestión de prensa. Métodos de intervención en la agenda mediática (desde el off, hasta la conferencia de prensa). El plan de comunicación. Negociación publicitaria. Crisis: conceptos generales. El dilema de aparición pública.

UNIDAD V: VOCERO - LA IMAGEN INSTITUCIONAL EN PRIMERA PERSONA

Vocero y Voces de Autoridad. Relacionamiento con los públicos. Descubriendo al Público Meta. La utilización de herramientas como el “clipping” de prensa y la construcción del ADN Digital para seguir su huella en los medios. La construcción de mapas de públicos y Mapas de Medios. Relacionamiento con la Prensa: cómo se construye, qué les gusta y qué no les gusta a los periodistas. Tips para una vinculación

asertiva. Experiencias en primera persona: mismas preguntas distintos estilos de vocero tanto en el ámbito político, corporativo y del tercer sector.

UNIDAD VI: GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN EN CRISIS. APRENDER DESDE EL ANÁLISIS DE CASOS

La importancia de comprender qué puede ser una crisis. Cómo pensar la gestión de riesgos. Cómo imaginar un plan de crisis y quiénes deben estar involucrados. Sistemas de alarma casos. Los empleados como detectores de alarma temprana. Plan de relacionamiento con la prensa y relaciones públicas en crisis. Errores comunes. Importancia del manual de crisis, de los simulacros de crisis y del entrenamiento del personal y del vocero de crisis. Pastillas de conocimiento basado en casos.

UNIDAD VII: LA COMUNICACIÓN NO VERBAL

La CNV y su influencia en la efectividad del Vocero: la parte “visible” del mensaje. Las funciones de la CNV. Las ciencias de la CNV: Kinesia y el manejo de la postura en las entrevistas periodísticas. Uso adecuado de manos y brazos. El manejo de la expresión facial. La prosodia: entonación, ritmo, velocidad. Estrategias de persuasión y captación del interés. La Proxémica y el manejo de las distancias. Tomando el control del espacio. El contacto visual. Recomendaciones que ayudan a proyectar la mirada. El estudio del entorno: vestimenta, aspecto físico y ámbito externo. Ejercitación.

UNIDAD VIII: GESTIÓN DE LAS EMOCIONES

El contenido intencional de las emociones. El impacto corporal de la emocionalidad. Registros. Gestión vs. Control. La emocionalidad narrativa. La fuerza de las creencias y el poder de los juicios. Función cognitiva y práctica de las emociones. Ejercicios de autoreconocimiento y consciencia emocional. Manejo de la respiración.

COORDINADOR ACADÉMICO

FERNANDO A. MENÉNDEZ

Periodista y Locutor. Se desempeñó como conductor, columnista y periodista en Telefó Noticias durante 32 años, en programas de radio y televisión. Desde 2016 dirige ConectandoPersonas, consultora en Comunicación. Es Coach Ontológico, actualmente maestrando en Gestión de la Comunicación en las Organizaciones (Univ.

Austral). Diplomado en Comunicación Política y Comunicación No Verbal (Univ. Austral). Trainer en Comunicación y Liderazgo (Univ. San Andrés)

CUERPO DOCENTE

PABLO DANIEL TALAMONI

Periodista, abogado, Doctor en Ciencias Jurídicas en la UNLAM, ex docente universitario en Comunicación y Derecho UNLAM, Ex docente de la Escuela de Guerra Naval en 1999 “Comunicación y situaciones de Crisis” en el marco de los juegos de crisis en tiempo real que se realizaban en esa institución. Ex Gerente Corporativo del Grupo Telecom, asesor de varias ONGs.e instituciones intermedias. Desarrollo de proyectos culturales en la Dirección de Gestión Cultural de la Biblioteca del Congreso Nacional.

EUGENIA RAVENNA

Estudió Letras en la Universidad Católica Argentina, trabajó en el ámbito de la educación y el marketing. Desde 2016 estuvo a cargo de equipos de discurso de diferentes funcionarios y candidatos. Formó parte del equipo de discurso del ex presidente Mauricio Macri y del ex jefe de Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, Horacio Rodríguez Larreta. Realizó un posgrado en Literatura y discurso político en FLACSO y los programas de Gobernabilidad y Liderazgo Comunicacional en Di Tella y la Universidad Austral.

MAURO BECERRA

Es Licenciado en Comunicación Social (UNLP) y se encuentra maestrando en Comunicación Política de la Universidad Austral. Dirige la consultora “TRENCH Comunicación”. Gestionó comunicación, relaciones públicas y asuntos corporativos tanto en el ámbito público como privado. Fue asesor de la comisión de Libertad de Expresión del Congreso Nacional, vocero de prensa para empresas del servicio eléctrico y vocero ministerial en la provincia de Buenos Aires.

MARCELO BIASATI

Doctorando en Relaciones Internacionales (USAL). Licenciado en Comunicación (Universidad UTEL, México). Se capacitó en “Herramientas digitales para el periodismo de Datos en la Universidad de Texas. Profesor en la Facultad de Ciencias Sociales (USAL). Como Investigador forma parte de uno de los grupos ganadores de

la convocatoria PICTO 21 del Ministerio de Ciencia y Tecnología junto con la Secretaría de Malvinas del Ministerio de Relaciones Exteriores de Ciencia aplicada al “Poder infraestructural en el Atlántico Sur”.

Los módulos podrán ser dictados por todos o algunos de los docentes mencionados en forma indistinta. La Universidad se reserva el derecho de realizar cambios en el cuerpo docente que considere pertinentes.

CONSIDERACIONES GENERALES

INICIO

22 de agosto de 2024

FINALIZACIÓN

10 de octubre de 2024

DÍAS DE CURSADA

Jueves de 18 a 20 h.

DURACIÓN

El curso tiene una duración de 16 horas, que se componen de la siguiente forma:

- 16 horas de clase, a desarrollar durante 8 encuentros de 2 horas cada uno.
- La modalidad de la cursada es ONLINE y sincrónica.
- **CLASES POR PLATAFORMA ZOOM**

APROBACIÓN

Los requisitos para la aprobación son los siguientes:

- Asistencia mínima: 75 % de las clases.
- Aprobación de los trabajos prácticos durante la cursada.

METODOLOGÍA

La metodología de enseñanza fue diseñada cuidadosamente para satisfacer las necesidades específicas de profesionales de alto nivel, que integra la teoría con aplicaciones prácticas y enfoques personalizados.

MATERIAL DIDÁCTICO

Los cursantes contarán con material de lecturas recomendadas y de los temas vistos en clase.

DOCUMENTACIÓN

Presentar la solicitud de inscripción, título de grado (en caso de poseerlo) y fotocopia del documento de identidad.

CERTIFICACIÓN

La Universidad de Belgrano extenderá el respectivo certificado de aprobación, a quienes cumplan con las evaluaciones y/o trabajos finales. Caso contrario solo se emitirá un certificado de asistencia.