

PROGRAMAS FORMATIVOS Y TIPOLOGÍA DE LAS EMPRESAS Y ENTIDADES OFERTANTES

PROGRAMA FORMATIVO 1. PERIODISMO EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Objetivos específicos:

- Contribuir en las tareas y rutinas productivas propias de los medios de comunicación (prensa, radio, televisión, medios integrados, nativos digitales).

Actividades:

- Producción de información periodística: investigación, recopilación, contrastación, redacción y elaboración de piezas en cualquiera de los géneros periodísticos según el medio (noticias, boletines, entrevistas, reportajes, etc.).
- Adaptación de formatos a las particularidades del medio y publicación en redes sociales.

Perfil de la empresa:

- Medios de comunicación en cualquier soporte y periodicidad.

Perfil del tutor/a de la empresa:

- Periodistas o gestores/as de medios convencionales con experiencia.

PROGRAMA FORMATIVO 2. COMUNICACIÓN CORPORATIVA, INSTITUCIONAL Y POLÍTICA

Objetivos específicos:

- Familiarizarse con la comunicación pública desarrollada por entidades públicas y privadas, fundaciones, instituciones, partidos políticos y organizaciones del tercer sector (ONG), vinculada a estrategias de construcción de la imagen o del discurso público (storytelling).

Actividades:

- Gestión comunicativa en gabinetes de comunicación: relaciones con los medios, convocatorias de prensa, entrevistas, cobertura de actos y producción de comunicados o notas de prensa y otro tipo de contenidos para su difusión en el entorno digital.
- Participación en la elaboración, desarrollo, seguimiento, evaluación y difusión de campañas y proyectos.

Perfil de la empresa:

- Empresas con gabinete de comunicación, corporaciones empresariales, instituciones públicas, partidos políticos, sindicatos, fundaciones, organizaciones y asociaciones del tercer sector.

Perfil del tutor/a de la empresa:

- Gestor/as de la comunicación corporativa, institucional o política.

PROGRAMA FORMATIVO 3. INVESTIGACIÓN Y CONSULTORÍA EN COMUNICACIÓN

Objetivos específicos:

- Adentrarse en la investigación de fenómenos sociales y procesos de comunicación, actuales o prospectivos, para todo tipo de organizaciones a través de distintas técnicas cuantitativas y cualitativas.
- Contribuir en el desarrollo de campañas de posicionamiento público, construcción de imagen y comunicación de crisis, procesos electorales, etc.

Actividades:

- Participación en labores de investigación y análisis para la elaboración de informes estratégicos de comunicación.
- Apoyo en el diseño de estrategias de comunicación pública y relaciones institucionales.

Perfil de la empresa:

- Consultoras de comunicación, agencias de comunicación, centros de investigación y entidades públicas y privadas.

Perfil del tutor/a de la empresa:

- Asesores/as de comunicación, especialistas en comunicación estratégica y consultoría.

PROGRAMA FORMATIVO 4. GESTIÓN DE CONTENIDOS DIGITALES Y REDES SOCIALES

Objetivos específicos:

- Gestionar contenidos en el entorno digital de acuerdo con las formas actuales de consumo comunicativo e interacción con los usuarios.

Actividades:

- Creación y gestión de contenidos: storytelling para vídeos, desarrollo de contenido creativo, copys para post y redes sociales.
- Documentación y búsqueda de tendencias en redes sociales.
- Gestión de comunidad en redes sociales.

Perfil de la empresa:

- Medios de comunicación, agencias informativas, entidades públicas o privadas, tercer sector.

Perfil del tutor/a de la empresa

- Gestores/as de contenidos digitales y redes sociales en empresas e instituciones.