Comunicación pública

MÁSTER UNIVERSITARIO EN LIDERAZGO Y DIRECCIÓN PÚBLICA (Semipresencial)

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL MENÉNDEZ PELAYO

Másteres Universitarios

Este documento puede utilizarse como documentación de referencia de esta asignatura para la solicitud de reconocimiento de créditos en otros estudios. Para su plena validez debe estar sellado por la Secretaría de Estudiantes UIMP.

DATOS GENERALES

Breve descripción

Esta asignatura ha sido dividida en dos bloques temáticos, cada uno de los cuales abarca los siguientes campos:

1. Comunicación pública

Dentro del ámbito de actuación del Marketing, la comunicación es la herramienta operativa empleada para informar, educar y, a menudo, persuadir a un mercado objetivo sobre un comportamiento deseable, sobre la organización o sus servicios. La comunicación en Administraciones Públicas, al igual que en el ámbito privado, debe orientarse tanto al público externo -ciudadanos-, tratando de crear, mantener o cambiar su imagen (comunicación externa), como al propio personal -trabajadores públicos- para promover una cohesión interna (comunicación interna).

Encontramos dos grandes diferencias al considerar la comunicación del Sector Público y la que realiza el Sector Privado: en primer lugar, en el caso del Sector Público se suele tener dos grupos objetivo, como son los consumidores de los servicios y los contribuyentes que costean la prestación del servicio pese a que no lo consuman, por ello, una comunicación que les haga comprender la naturaleza y necesidad del servicio público; y en segundo lugar, el Sector Público debe promocionar servicios que, a veces, no son percibidos de forma positiva por los contribuyentes.

El objetivo principal de esta asignatura es conocer las claves para llevar a cabo un plan de comunicación basado en la estrategia de las administraciones públicas sobre las "marcas" de las entidades y los procesos de comunicación en la función pública. Así mismo, también se pretende que los participantes conozcan y manejen algunos instrumentos de la comunicación en el servicio público, viendo su aplicabilidad según el tipo de información y el público objetivo al que se dirigen.

2. Habilidades de comunicación y presentaciones eficaces

La comunicación es fundamental para dirigir, coordinar y colaborar dentro de una Organización. Lo ha sido siempre y hoy en día no lo es menos. Es más, el entorno organizativo requiere de la excelencia en la comunicación como una habilidad esencial para el desarrollo cabal de la función directiva. Nuestra capacidad para comunicar de forma adecuada y convencer es la clave de la efectividad a nivel personal y profesional, tanto en las interacciones entre pares como en las presentaciones dirigidas a audiencias más o menos numerosas.

En este contexto, podemos decir que la presentación de informes periódicos, la explicación de nuevas políticas organizativas, las presentaciones de resultados, o la comunicación de buenas o malas noticias, son ejemplos de los llamados "momentos de la verdad". Momentos para los que

hay que estar preparado y poseer las destrezas necesarias para hacerlos frente.

El objetivo principal que se pretende en este bloque de contenidos es conocer, practicar y desarrollar las habilidades y técnicas necesarias para realizar presentaciones de trabajo de manera solvente y con impacto. Además, como objetivos específicos, se pretende que los asistentes puedan:

- Manejar los medios de apoyo más habituales en una presentación de trabajo organizándolos de manera que fortalezcan argumentos y mensajes.
- Aprender a estructurar correctamente una presentación de manera que se aprenda a expresar ideas y no simplemente transmitir información.
- Desenvolverse con soltura y lograr credibilidad ante la audiencia.
- Practicar las habilidades verbales y no verbales que se requieren para conseguir impacto en una presentación en público.

Título asignatura

Comunicación pública

Código asignatura

101577

Curso académico

2017-18

Planes donde se imparte

MÁSTER UNIVERSITARIO EN LIDERAZGO Y DIRECCIÓN PÚBLICA (Semipresencial)

Créditos ECTS

2,5

Carácter de la asignatura

OBLIGATORIA

Duración

Anual

Idioma

Castellano

CONTENIDOS

Contenidos

Unidad Docente 1 - COMUNICACIÓN PÚBLICA

1. **Qué es Comunicación**: Proceso de Comunicación, tipos, comunicación corporativa o institucional.

2. **Estrategia y Plan de Comunicación**: definición, objetivos y público objetivo, manual de gestión comunicativa, estructura del plan de comunicación, comunicación política.

3. **Identidad corporativa**: cultura corporativa, identidad visual corporativa, imagen corporativa, reputación (RSC).

4. **Gestión de la imagen corporativa pública**: el proceso de la imagen corporativa, auditoría de imagen corporativa, tipos y objetivos de la comunicación corporativa, imagen de marca.

5. **Público objetivo**: definición de públicos, clasificación, fuentes de información.

6. **Comunicación Interna y Comunicación Externa**.

7. **El gabinete de comunicación**: gabinete de prensa, modos de comunicación, el portavoz, la conferencia de prensa, el comunicado de prensa.

8. **Comunicación de crisis**: objetivos, tipos de crisis, gestión de crisis, Plan de Comunicación de crisis, portavoces, tratamiento de la información, comunicación de riesgos, reglas básicas del Plan.

9. **Medios de Comunicación**: el mercado de la comunicación, funciones de los medios de comunicación. Ejemplos y casos prácticos.

Unidad Docente 2 - COMUNICACIÓN Y PRESENTACIONES EFICACES

1. **Los momentos de la presentación**: la forma y el fondo de la presentación, puntos clave, barreras a superar cuando hablamos en público, una buena planificación de la presentación (identificar audiencia, preparar la estructura, preparar las evidencias de los

puntos clave, cómo controlar el tiempo).

2. **Medios de apoyo en la presentación de trabajo**: cómo mejorar la presentación, tipos y usos de gráficos, tablas e información numérica.

3. **El orador como foco de la presentación**: temores más habituales, técnicas para potenciar la auto-confianza, cómo potenciar la comunicabilidad del mensaje (la lógica y emotividad de los mensajes). Casos prácticos.

4. **La presentación y su estructura**: presentaciones informativas, presentaciones persuasivas, fases de la exposición oral (cuidar el inicio, cuidar el desarrollo, cómo hacer transiciones, cómo hacer transiciones, el uso de anécdotas, maneras de concluir una presentación, clase de audiencia y eficiencia persuasiva). .

5. **Soluciones a situaciones difíciles**: cómo manejar la hostilidad de la audiencia, cómo manejar la indecisión de la audiencia, cómo manejar la mala información de la audiencia.

COMPETENCIAS

Generales

CG3.- Desarrollo de habilidades para gestionar la información que analizan, generan y utilizan las organizaciones públicas, siguiendo modelos relacionales basados en la explotación de las nuevas tecnologías, en su adaptación a la Administración Pública.

CG5.- Conocer y utilizar aquellas habilidades interpersonales que favorecen las relaciones de cooperación en una organización.

CG7.- Utilización de la calidad en el ámbito de la Administración Pública como motivación y herramienta para procurar la excelencia en las actividades emprendidas por las organizaciones públicas, tanto para su mejora continua como para su orientación a la consecución de resultados.

CG12.- Capacidad de buscar soluciones creativas e innovadoras a los problemas planteados en las organizaciones públicas.

Específicas

CE1.- Identificar y analizar tendencias o cambios político-institucionales, a nivel nacional e internacional, que incidan en el funcionamiento de la Administración pública y en el ejercicio del liderazgo público.

CE6.- Analizar los problemas y desafíos institucionales que afectan al sector público, en un entorno de globalización, aplicando para ello enfoques y herramientas interdisciplinarias.

CE7.- Diseñar planes de intervención que aborden problemáticas y situaciones imprevistas de crisis o conflictos en las organizaciones del sector público, garantizando su adecuada solución.

CE17.- Diseñar políticas de comunicación de acuerdo con los objetivos de la organización y las demandas ciudadanas.

PLAN DE APRENDIZAJE

Actividades formativas

Actividad	Horas presenciales	Horas *on-line*	Horas totales
AF1.- Clases presenciales	13		13
AF2.- Trabajo en grupo	1	4	5
AF4.- Sesiones de método del caso	4		4
AF5.- Sesiones de "Role Playing"	2		2
AF8.- Foros y chat dentro del aula virtual		11	11
AF9.- Lectura de documentos y análisis y búsqueda de otras fuentes de información		12,5	12,5
AF11.- Trabajo autónomo		15	15
TOTAL	**20**	**42,5**	**62,5**

Resultados de aprendizaje

CE17.-	Las lecturas, la participación en el foro, los trabajos en grupo y Role Playing están planteados para que el alumno pueda diseñar políticas de comunicación de acuerdo con los objetivos de la organización y las demandas ciudadanas.

SISTEMA DE EVALUACIÓN

Descripción del sistema de evaluación

Sistema de evaluación	Descripción
SE1.- Valoración de la asistencia y de la participación en la actividades formativas	Ponderación: 20%
SE4.- Valoración de la participación en los foros y chat del aula virtual	Ponderación: 30%
SE5.- Evaluación del trabajo en grupo y, en su caso, valoración de su presentación oral	Ponderación: 30%
SE8.- Valoración de la participación en las sesiones de método del caso	Ponderación: 20%

Calendario de exámenes

- Calendario de exámenes 2016/2017

PROFESORADO

Profesor responsable

Ureña Uceda, Daniel

Asesor de Comunicación
Socio y Director General de Mas Consulting Group

Profesorado

Crescente De Antonio, Diego

Asesor de Comunicación
MAS Consulting Group

Rosillo Antúnez, Francisco

Director General de la Agencia Spider
CEO de Crisis Communications & Response

Rodríguez Andrés, Roberto

Doctor en Periodismo
Director de Comunicación, Comercialización y Desarrollo Corporativo de Amavir

HORARIO

Horario

- Horario

BIBLIOGRAFÍA Y ENLACES RELACIONADOS

Bibliografía

Bibliografía básica

SANCHEZ MEDERO; Rubén, *Comunicación Política: nuevas dinámicas y ciudadanía permanente*; Tecnos, Madrid, 1996.

Bibliografía complementaria

AILES, Roger, *Tú eres el mensaje*, Paidós, Barcelona, 1993.  

BERNAYS, Edward, *Cristalizando la opinión pública*, Gestión 2000, Barcelona, 1998.  

CANEL, María José, *Comunicación política. Estrategias y tácticas para la sociedad de  la información*, Tecnos, Madrid, 1999.  

NOELE‐NEUMAN, Elisabeth, *La espiral del silencio. Opinión pública: nuestra piel social*. Paidós, Barcelona, 1995.  

NÚÑEZ, Antonio. *¡Será mejor que lo cuentes! Los relatos como herramientas de co municación (Storytelling)*, Empresa Activa, 2007.