



EUROINNOVA FORMACION
INTERNATIONAL BUSINESS SCHOOL

Master en Marketing Político y Comunicación Institucional + Titulación Universitaria

Información gratis Master en Marketing Político y Comunicación Institucional + Titulación Universitaria

Titulación certificada por EUROINNOVA BUSINESS SCHOOL

+ de 100.000 alumnos formados con el 99% de satisfacción, consulta opiniones reales

Master en Marketing Político y Comunicación Institucional + Titulación Universitaria

Master en Marketing Político y Comunicación Institucional + Titulación Universitaria

Duración: 710 horas

Precio: 999 € *

Modalidad: Online

* Materiales didácticos, titulación y gastos de envío incluidos.



Información gratis Master en Marketing Político y Comunicación Institucional + Titulación Universitaria



www.euroinnova.edu.es

Llama gratis : 900 831 200

+ de 100.000 alumnos formados con el 99% de satisfacción, consulta opiniones reales

Master en Marketing Político y Comunicación Institucional + Titulación Universitaria

Descripción

Este Master en Marketing Político y Comunicación Institucional le ofrece una formación especializada en la materia. Si le interesa y dedicarse al ámbito de la política y/o la comunicación además de conocer los aspectos fundamentales de la psicología política este es momento, con el Master en Marketing Político y Comunicación Institucional podrá adquirir los conocimientos necesarios para realizar su función de la mejor manera posible. Uno de los elementos que más se destacan de la Política es su carácter interdisciplinar tan marcada por la enorme variedad de problemáticas que en ella se tratan. Se deben tener actitudes, dotes de liderazgo. Gracias a la realización de este Master en Marketing Político y Comunicación Institucional adquirirá estas características y conocerá todo lo referente a política en este ámbito.

Una figura política o pública, se encuentra en una posición de alta responsabilidad con amplia visibilidad. Cada una de sus palabras y acciones es analizada por el público, por sus opositores, los medios de comunicación, y otros importantes grupos de interés, los llamados "poderes facticos" y las organizaciones de la sociedad civil. ¿Cómo mejorar sus habilidades de relación con los partidos políticos, grupos de interés, medios, ciudadanos, sociedad civil y electores? ¿Cómo promover comportamientos basados en la ética "fiel a los valores" mientras se mantiene una visión para el mejoramiento de la sociedad?

Información gratis Master en Marketing Político y Comunicación Institucional + Titulación Universitaria



www.euroinnova.edu.es

Llama gratis : 900 831 200

+ de 100.000 alumnos formados con el 99% de satisfacción, consulta opiniones reales

Master en Marketing Político y Comunicación Institucional + Titulación Universitaria

Euroinnova Business School

Euroinnova Business School, es una escuela de negocios avalada por 5 universidades y múltiples instituciones a nivel internacional. En el siguiente enlace puede ver los

cursos Homologados

Además Euroinnova cuenta con más de 10.000

cursos online

Puede matricularse hoy con un 10% de descuento, si se matricula online en el siguiente enlace:



Al formar parte de Euroinnova podrás disponer de los siguientes servicios totalmente gratis, además de pasar a formar parte de una escuela de negocios con un porcentaje de satisfacción de más del 95%, auditada por agencias externas, además de contar con el apoyo de las principales entidades formativas a nivel internacional.



Información gratis Master en Marketing Político y Comunicación Institucional + Titulación Universitaria



www.euroinnova.edu.es

Llama gratis : 900 831 200

+ de 100.000 alumnos formados con el 99% de satisfacción, consulta opiniones reales

Master en Marketing Político y Comunicación Institucional + Titulación Universitaria

A quién va dirigido

Este Master en Marketing Político y Comunicación Institucional está dirigido a personas que deseen desarrollar su actividad en el ámbito político, políticos y políticas en activo, candidatos y candidatas oficiales de partidos políticos, cargos públicos, personal directivo de la administración pública, de asociaciones y de entidades sin ánimo de lucro, personas que trabajan en organizaciones no gubernamentales y en general para quienes la política forma parte de su proyecto de vida.

Objetivos

- Conocer las principales líneas de investigación en psicología política.
- Institucionalización de la psicología política.
- Conocer los Factores intervinientes en el liderazgo.
- Aprender los determinantes de la participación electoral.
- Resolución interactiva de conflictos internacionales.
- Investigar el mercado político.
- Aprender todo lo referente al Coaching Político y gestión de la persona, del entrono, del desempeño, del proyecto político.
- Conocer todo lo referente a la gestión de nuevos escenarios: política 2.0, marketing político, etc.
- Aprender sobre la gestión de la comunicación y gestión de equipos: construir equipos de confianza, team-building, desarrollo profesional del equipo, etc.
- Clasificar los procesos en geografía política.
- Estudiar los fundamentos para la geografía política.
- Analizar al individuo frente al espacio político.
- Defender y expresar las ideas con éxito públicamente, aprendiendo para ello las técnicas más eficaces.
- Comprender la importancia de saber hablar bien en público, aprendiendo a construir y transmitir mensajes exitosos.
- Ejercitar el control del miedo ante la aparición pública, conociendo las circunstancias y situaciones que hay que evitar en las presentaciones en público.
- Aprender a dirigir y coordinar reuniones en el ámbito empresarial.
- Dominar las técnicas de negociación que permitan llegar a acuerdos beneficiosos.
- Conocer las dinámicas que tienen lugar en el seno del grupo y saber aplicar las técnicas grupales adecuadas en función de las características de éste y de los objetivos que se pretenden conseguir.
- Aprender a dirigir y coordinar reuniones en el ámbito empresarial.
- Dominar las técnicas de negociación que permitan llegar a acuerdos beneficiosos.
- Reconocer y poner en práctica los procesos que hacen que una empresa obtenga éxito a través de los diferentes medios que la Publicidad y el Marketing.
- Aprender a realizar correctamente campañas de Marketing y Publicidad.

Información gratis Master en Marketing Político y Comunicación Institucional + Titulación Universitaria



www.euroinnova.edu.es

Llama gratis : 900 831 200

+ de 100.000 alumnos formados con el 99% de satisfacción, consulta opiniones reales

Master en Marketing Político y Comunicación Institucional + Titulación Universitaria

Para que te prepara

Este Master en Marketing Político y Comunicación Institucional le prepara para conocer a fondo el ámbito de la política, prestando atención a todos los factores que influyen en este contexto tan importante en la actualidad y para el que es necesario tener una formación de calidad.

Salidas laborales

Política / Psicología / Comunicación / Marketing Político.

Información gratis Master en Marketing Político y Comunicación Institucional + Titulación Universitaria



www.euroinnova.edu.es

Llama gratis : 900 831 200

+ de 100.000 alumnos formados con el 99% de satisfacción, consulta opiniones reales

Master en Marketing Político y Comunicación Institucional + Titulación Universitaria

Titulación

Titulación Múltiple: - Titulación de Master en Marketing Político y Comunicación Institucional con 600 horas expedida por EUROINNOVA BUSINESS SCHOOL como Escuela de Negocios Acreditada para la Impartición de Formación Superior de Postgrado y Avalada por la Escuela Superior de Cualificaciones Profesionales
- Titulación Universitaria en Coaching Político con 4 Créditos Universitarios ECTS



EUROINNOVA
BUSINESS
SCHOOL

TITULACIÓN EXPEDIDA POR
EUROINNOVA BUSINESS SCHOOL
CENTRO DE ESTUDIOS DE POSTGRADO



3ª Mejor Escuela de Negocios
España
(RANKING EL ECONOMISTA)

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por parte de Euroinnova Formación vía correo postal, la titulación que acredita el haber con éxito todas las pruebas de conocimientos propuestas en el mismo.

Esta titulación incluirá el nombre del curso/master, la duración del mismo, el nombre y DNI del alumno, el nivel de aprovechamiento que acredita que el alumno superó las pruebas propuestas, las firmas del profesor y Director del centro, y los sellos de la institución que avalan la formación recibida (Euroinnova Formación, Instituto Europeo de Estudios Empresariales y Comisión Internacional para la Formación a Distancia de la UNESCO).

Información gratis Master en Marketing Político y Comunicación Institucional + Titulación Universitaria



www.euroinnova.edu.es

Llama gratis : 900 831 200

+ de 100.000 alumnos formados con el 99% de satisfacción, consulta opiniones reales

Master en Marketing Político y Comunicación Institucional + Titulación Universitaria



EUROINNOVA FORMACION

como centro de Formación acreditado para la impartición a nivel nacional de formación

EXPIDE EL PRESENTE TÍTULO PROPIO

NOMBRE DEL ALUMNO/A

con D.N.I. XXXXXXXX ha superado los estudios correspondientes de

Nombre de la Acción Formativa

de XXX horas, perteneciente al Plan de Formación EUROINNOVA en la convocatoria de 2014
Y para que surtan los efectos pertinentes queda registrado con Número de Expediente XXXX/XXXX-XXXX-XXXX-XXXXXX

Con una calificación de SOBRESALIENTE

Y para que conste expido la presente TITULACIÓN en
Granada, a 23 de Abril de 2014

La dirección General

Ei/La interesado/a

Sello



INTERNATIONAL COMMISSION ON DISTANCE EDUCATION
On Statute Consultive Consejo Especial de Consejo Económico y Social de la UNESCO (plum. Resolución 60/8)

Forma de financiación

- Contrarrembolso.
- Transferencia.
- Tarjeta de crédito.
- PayPal

Otros: PayU, Sofort, Western Union, SafetyPay

Llama gratis al 900831200 e informate de los pagos a plazos sin intereses que hay disponibles

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.

Información gratis Master en Marketing Político y Comunicación Institucional + Titulación Universitaria



www.euroinnova.edu.es

Llama gratis : 900 831 200

+ de 100.000 alumnos formados con el 99% de satisfacción, consulta opiniones reales

Master en Marketing Político y Comunicación Institucional + Titulación Universitaria

Materiales didácticos



- Maletín porta documentos
- Manual teórico 'Curso Práctico de Técnicas para Hablar en Público'
- Manual teórico 'Gestión de Campañas de Marketing y Publicidad'
- Manual teórico 'Coaching Político'
- Manual teórico 'Técnicas de Negociación, Reuniones y Dinámicas de Grupo'
- Manual teórico 'Psicología Política'
- Subcarpeta portafolios
- Dossier completo Oferta Formativa
- Carta de presentación
- Guía del alumno
- Bolígrafo

Información gratis Master en Marketing Político y Comunicación Institucional + Titulación Universitaria



www.euroinnova.edu.es

Llama gratis : 900 831 200

+ de 100.000 alumnos formados con el 99% de satisfacción, consulta opiniones reales

Master en Marketing Político y Comunicación Institucional + Titulación Universitaria

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 plan 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 Master en Marketing Político y Comunicación Institucional + Titulación Universitaria



www.euroinnova.edu.es

Llama gratis : 900 831 200

+ de 100.000 alumnos formados con el 99% de satisfacción, consulta opiniones reales

Master en Marketing Político y Comunicación Institucional + Titulación Universitaria

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 mat del mismo.

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 3 meses.

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.

Agencia de colocación autorizada N° 9900000169

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 Master en Marketing Político y Comunicación Institucional + Titulación Universitaria



www.euroinnova.edu.es

Llama gratis : 900 831 200

Programa formativo

PARTE 1. PSICOLOGÍA POLÍTICA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN A LA PSICOLOGÍA POLÍTICA

1. ¿Qué es la Psicología?
 - 1.- Historia de la Psicología
 - 2.- Conceptos básicos de Psicología
 - 3.- Escuelas psicológicas actuales. Enfoques
2. ¿Qué es la política?
 - 1.- Cargos de los partidos políticos
3. La Psicología política
 - 1.- ¿Por qué necesita la política la psicología?
 - 2.- La personalidad política
 - 3.- Modelos y niveles de Análisis de la Psicología Política

UNIDAD DIDÁCTICA 2. HISTORIA DE LA PSICOLOGÍA POLÍTICA

1. Historia de la Psicología Política
2. Desarrollo Histórico e Institucional
3. La aparición de las ciencias sociales y los antecedentes inmediatos de la psicología política
 - 1.- Primeras Contribuciones desde las Ciencias Sociales
4. Marcos teóricos y técnicas de investigación
5. La psicología política y su institucionalización
6. Primeros trabajos en la Psicología Política
7. La psicología Política en España y Latinoamérica

UNIDAD DIDÁCTICA 3. COMUNICACIÓN VERBAL EN POLÍTICA. ORATORIA

1. Introducción a la comunicación
2. Comunicación verbal
 - 1.- Habilidades de comunicación y expresión: el lenguaje
 - 2.- Las actitudes para el diálogo entre personas
 - 3.- Claves para la comprensión de la información verbal
 - 4.- Problemas psicológicos de la comunicación verbal
3. La oratoria
 - 1.- Funciones de la oratoria
 - 2.- Cualidades esenciales de la oratoria
4. El discurso

UNIDAD DIDÁCTICA 4. COMUNICACIÓN NO VERBAL EN POLÍTICA

1. Comunicación no verbal
 - 1.- Componentes de la comunicación no verbal
 - 2.- El lenguaje corporal
2. Influencia de la comunicación no verbal en política

UNIDAD DIDÁCTICA 5. PSICOLOGÍA POLÍTICA Y LIDERAZGO

1. Liderazgo
2. Enfoques en la teoría del liderazgo
3. Estilos de liderazgo
4. El papel del líder
 - 1.- Habilidades del líder
 - 2.- Funciones administrativas del liderazgo

UNIDAD DIDÁCTICA 6. PSICOLOGÍA POLÍTICA Y PARTICIPACIÓN ELECTORAL

1. Evolución y cambios en la participación política
2. ¿Cómo promover la participación electoral?
3. Psicología política del voto
4. Campañas electorales y el voto
 - 1.- Factores que mitigan los efectos de las campañas

UNIDAD DIDÁCTICA 7. PSICOLOGÍA POLÍTICA Y LA SOCIALIZACIÓN

1. Socialización Política
 - 1.- Desarrollo y evolución
2. Agentes de la socialización política
3. Orientaciones y cambios en la socialización
4. La inserción en el ámbito político
5. La política en su contexto social
 - 1.- La multidimensionalidad de la relación sociedad-política

UNIDAD DIDÁCTICA 8. PSICOLOGÍA POLÍTICA Y LOS MOVIMIENTOS SOCIALES

1. Los orígenes de los movimientos sociales y la conducta colectiva
 - 1.- Teoría de la movilización de recursos
2. Tipos de movimientos sociales
 - 1.- El Marxismo
 - 2.- Movimiento feminista
 - 3.- Movimiento ecologista
 - 4.- Movimientos étnicos
 - 5.- Movimiento sindical
3. La Psicología en los movimientos sociales

UNIDAD DIDÁCTICA 9. LA IMPORTANCIA DE LA OPINIÓN PÚBLICA

1. Concepto y valor de la opinión pública en la modernidad
 - 1.- Los orígenes de la opinión pública en la modernidad
 - 2.- Como se convierte la opinión pública en objeto de estudio para las ciencias sociales
 - 3.- Problemas de la opinión pública en el siglo XX

2.La idea de lo público en la teoría social. Multitud y Masas

- 1.- El concepto de multitud
- 2.- El concepto de público
- 3.- El concepto de masa

3.El público: formación, composición y variación

4.Opinión pública y medios de comunicación de masas

UNIDAD DIDÁCTICA 10. PSICOLOGÍA POLÍTICA Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN. MARKETING POLÍTICO

1.Introducción

- 1.- El Marketing y la Política

2.El estudio del mercado electoral

- 1.- Las actitudes políticas de los electores
- 2.- Las actitudes políticas coyunturales
- 3.- Actitudes del electorado hacia candidatos y partidos

3.Semiología Política

- 1.- El discurso
- 2.- El contexto
- 3.- Sujetos de la acción
- 4.- La narración
- 5.- Las técnicas de presentación
- 6.- El comportamiento y la comunicación no verbal
- 7.- Los medios de difusión
- 8.- Televisión

PARTE 2. COACHING POLÍTICO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ¿QUÉ ES EL COACHING?

- 1.El cambio, la crisis y la construcción de la identidad
- 2.Concepto de coaching
- 3.Etimología del coaching
- 4.Influencias del coaching
- 5.Diferencias del coaching con otras prácticas
- 6.Corrientes actuales de coaching

UNIDAD DIDÁCTICA 2. IMPORTANCIA DEL COACHING

- 1.¿Por qué es importante el coaching?
- 2.Principios y valores
- 3.Tipos de coaching
- 4.Beneficios de un coaching eficaz
- 5.Mitos sobre coaching

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ASPECTOS FUNDAMENTALES DEL COACHING I

- 1.Introducción: los elementos claves para el éxito
- 2.Motivación
- 3.Autoestima

4.Autoconfianza

UNIDAD DIDÁCTICA 4. ASPECTOS FUNDAMENTALES DEL COACHING II

- 1.Responsabilidad y compromiso
- 2.Acción
- 3.Creatividad
- 4.Contenido y proceso
- 5.Posición “meta”
- 6.Duelo y cambio

UNIDAD DIDÁCTICA 5. ÉTICA Y COACHING

- 1.Liderazgo, poder y ética
- 2.Confidencialidad del Proceso
- 3.Ética y Deontología del coach
- 4.Código Deontológico del Coach
- 5.Código Ético

UNIDAD DIDÁCTICA 6. LA FIGURA DEL POLÍTICO

- 1.Imagen pública del político
- 2.Storytelling del personaje político
- 3.Generación de opinión
- 4.Empoderamiento político

UNIDAD DIDÁCTICA 7. EL DIÁLOGO COMO NEXO DE UNIÓN

- 1.El proceso comunicativo
- 2.Características, funciones y componentes del diálogo
- 3.El diálogo abierto: diálogo transaccional y transformacional
- 4.Las interferencias en el proceso de comunicación
- 5.Cómo facilitar la buena comunicación
- 6.Los recursos del lenguaje

UNIDAD DIDÁCTICA 8. LA ESCUCHA ACTIVA

- 1.Recepción del mensaje en el proceso de comunicación
- 2.Escucha activa como elemento diferenciador
- 3.Herramientas para potenciar la escucha activa
- 4.Más allá de las palabras. La comunicación no verbal

UNIDAD DIDÁCTICA 9. EL ARTE DE SABER PREGUNTAR

- 1.Cuestiones fundamentales
- 2.El método del re-encuadre
- 3.Feedback constructivo
- 4.Elección de la pregunta adecuada
- 5.La importancia de preguntarse a uno mismo

PARTE 3. GESTIÓN DE CAMPAÑAS DE MARKETING Y PUBLICIDAD

MÓDULO 1. PUBLICIDAD

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA PUBLICIDAD

1. Concepto de publicidad
2. Procesos de comunicación publicitaria
3. Técnicas de comunicación publicitaria

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA EMPRESA ANUNCIANTE

1. El Departamento de Publicidad en la empresa
2. Selección de la empresa publicitaria

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LA AGENCIA PUBLICITARIA

1. La Agencia de Publicidad
2. Estructura y funciones
3. Clasificación de agencias de publicidad

UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL CANAL DE COMUNICACIÓN EN LA PUBLICIDAD

1. Concepto y clasificación
2. Medios publicitarios
3. Internet y publicidad

UNIDAD DIDÁCTICA 5. PUBLICIDAD Y MARKETING

1. Publicidad y marketing
2. Animación y marketing
3. Marketing directo
4. Telemarketing

UNIDAD DIDÁCTICA 6. ESTRATEGIAS PUBLICITARIAS

1. Estrategias Publicitarias
2. La estrategia creativa
3. Estrategia de medios

MÓDULO 2. MARKETING

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL MARKETING: EL MERCADO

1. Concepto de mercado
2. División de mercado
3. Tipos de mercado
4. Ciclo de vida del producto
5. El precio del producto
6. Ley de oferta y demanda
7. El precio y la elasticidad de demanda
8. Comercialización y mercado
9. Posicionamiento

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL MARKETING EMPRESARIAL

1. Evolución del concepto y contenido del marketing
2. Alcance del marketing
3. Marketing y la dirección estratégica: las funciones de marketing estratégico y marketing operativo

UNIDAD DIDÁCTICA 3. EL PLAN DE MARKETING

1. Definición y ventajas
2. Características del plan
3. Estructura del plan de Marketing
4. Etapas para elaborar un plan de Marketing

UNIDAD DIDÁCTICA 4. MARKETING SOCIAL

1. Características del Marketing Social
2. La Responsabilidad Social y la ética en el marketing
3. Tipos de marketing social
4. Marketing social y responsabilidad social

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

1. La Responsabilidad Social Corporativa y la ética
2. Ética y comportamiento humano
3. Tendencias actuales de la ética empresarial
4. El marco ético de la RSC
5. Elementos de la RSC
6. ¿Quién debe implementar la RSC? La peculiaridad de la PYME
7. La RSC en España
8. Concepto y tipología de los "stakeholders"
9. Herramientas de gestión de la RSC

UNIDAD DIDÁCTICA 6. LA FIGURA DEL COMMUNITY MANAGER

1. ¿Qué es un Community Manager?
2. Habilidades, aptitudes y actitudes de un Community Manager
3. Funciones y responsabilidades actuales de un Community Manager
4. Los objetivos de un Community Manager
5. Tipos de Community Manager

UNIDAD DIDÁCTICA 7. REDES SOCIALES Y WEB 2.0 (I)

1. Medios sociales
2. Redes sociales

UNIDAD DIDÁCTICA 8. REDES SOCIALES Y WEB 2.0 (II)

1. Blogs
2. Microblogging
3. Wikis
4. Podcast
5. Plataformas de vídeo
6. Plataformas de fotografía

UNIDAD DIDÁCTICA 9. MARKETING VIRAL. EL MARKETING EN LAS REDES SOCIALES

1. ¿Qué es el marketing viral?
2. Procesos del marketing viral
3. La importancia de los contenidos en la Web
4. Estrategias de marketing y relaciones públicas
5. Marketing y las redes sociales

PARTE 4. TÉCNICAS PARA HABLAR EN PÚBLICO

MÓDULO 1. TÉCNICAS PARA HABLAR EN PÚBLICO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA IMPORTANCIA DE HABLAR BIEN

- 1.Introducción
- 2.La oratoria
- 3.Técnica y procedimiento de la oratoria: la retórica
- 4.Las ventajas de ser un buen orador
- 5.Objetivos del orador
- 6.La mejor forma de conectar con el público

UNIDAD DIDÁCTICA 2. CÓMO AFRONTAR EL MIEDO A HABLAR EN PÚBLICO

- 1.Timidez y ansiedad social
- 2.Técnicas para afrontar el miedo a hablar en público

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LA ASERTIVIDAD

- 1.Introducción
- 2.Técnicas de asertividad
- 3.Tipología de personas
- 4.Estrategias asertivas

UNIDAD DIDÁCTICA 4. CÓMO PREPARAR LA INTERVENCIÓN

- 1.La Preparación de la intervención
- 2.El estilo de la intervención
- 3.El factor tiempo
- 4.El público
- 5.El contexto de la intervención
- 6.El contenido
- 7.El día del acto
- 8.La intervención

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LA PRESENTACIÓN

- 1.Preparación de la presentación
- 2.Desarrollo de la presentación

UNIDAD DIDÁCTICA 6. APOYOS TÉCNICOS

- 1.Apoyos técnicos a la eficacia de una charla
- 2.Los recursos audiovisuales
- 3.Las fichas de apoyo

UNIDAD DIDÁCTICA 7. LA ESCUCHA

- 1.Introducción
- 2.Como mejorar la capacidad de escuchar
- 3.Tipos de Preguntas

UNIDAD DIDÁCTICA 8. LA COMUNICACIÓN PERSUASIVA EN EL SECTOR DE LAS VENTAS

- 1.Introducción
- 2.Conocimientos a tener en cuenta

3. Cualidades fundamentales
4. La persona con capacidad de persuasión
5. Información personal previa que se pide obtener
6. Clasificación sobre tipos de clientes/as
7. Elementos de la comunicación comercial
8. Estrategias para mejorar la comunicación
9. Comunicación dentro de la empresa
10. Dispositivos de Información

UNIDAD DIDÁCTICA 9. TRATO DE QUEJAS Y MANEJO DE CONFLICTOS

1. Introducción
2. ¿Por qué surgen las reclamaciones?
3. Directrices en el tratamiento de quejas y objeciones
4. ¿Qué hacer ante el cliente?
5. ¿Qué no hacer ante el cliente?
6. Actitud ante las quejas y reclamaciones
7. Tratamiento de dudas y objeciones

PARTE 5. TÉCNICAS DE NEGOCIACIÓN

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LAS REUNIONES

1. Introducción
2. Tipos de reuniones
3. Terminología usada en las reuniones, juntas y asambleas
4. Etapas de una reunión

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ORGANIZACIÓN DE REUNIONES

1. Definición de los objetivos
2. Definición de los contenidos
3. Elección de los participantes
4. Definición de la metodología
5. Definición del marco de acción
6. Elaboración de la convocatoria

UNIDAD DIDÁCTICA 3. DIRECCIÓN DE REUNIONES, DESARROLLO Y CIERRE DE LA REUNIÓN

1. Realizar la presentación
2. El arte de preguntar y responder
3. Clases de preguntas
4. Cómo formular preguntas
5. Cómo responder preguntas
6. Intervención de los participantes
7. Utilización de medios técnicos y audiovisuales
8. Reuniones presenciales
9. Reuniones a distancia
10. Cierre de la reunión

11.Elaboración del acta de reunión

UNIDAD DIDÁCTICA 4. LAS HABILIDADES SOCIALES EN LA GESTIÓN DE REUNIONES (I)

- 1.¿Qué son las habilidades sociales?
- 2.La asertividad
- 3.Conducta inhibida, asertiva y agresiva
- 4.Entrenamiento en asertividad

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LAS HABILIDADES SOCIALES EN LA GESTIÓN DE REUNIONES (II)

- 1.La empatía
- 2.La escucha activa
- 3.La autoestima
- 4.¿Qué es la autoestima?
- 5.¿Cómo se forma la autoestima?
- 6.Técnicas para mejorar la autoestima

UNIDAD DIDÁCTICA 6. RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS Y TOMA DE DECISIONES

- 1.Habilidades de resolución de problemas
- 2.Técnicas básicas de resolución de problemas
- 3.Técnicas más usadas para la resolución de problemas
- 4.Método de D'Zurilla y Nezu (1982)
- 5.El análisis de decisiones
- 6.Toma de decisiones: el proceso de decisión
- 7.El proceso de decisión
- 8.Tomar las decisiones en grupo

UNIDAD DIDÁCTICA 7. LA NEGOCIACIÓN

- 1.Concepto de negociación
- 2.Estilos de negociación
- 3.Los caminos de la negociación
- 4.Fases de la negociación

UNIDAD DIDÁCTICA 8. TÉCNICAS DE NEGOCIACIÓN

- 1.Estrategias de negociación
- 2.Tácticas de negociación
- 3.Cuestiones prácticas
- 4.Lugar de negociación
- 5.Iniciar la negociación
- 6.Claves de la negociación

UNIDAD DIDÁCTICA 9. LA COMUNICACIÓN

- 1.El proceso de comunicación
- 2.Tipos de comunicación
- 3.Barreras de la comunicación
- 4.La comunicación efectiva
- 5.Aspectos importantes en la interacción con el interlocutor

UNIDAD DIDÁCTICA 10. EL GRUPO

- 1.¿Qué es un grupo?
- 2.Concepto de grupo
- 3.Características de los grupos
- 4.Funciones de los grupos
- 5.Clasificación de los grupos
- 6.Clasificación general de los grupos sociales
- 7.Clasificación según la estructura: grupos formales e informales
- 8.Clasificación según su identificación: grupos de pertenencia y de referencia
- 9.Clasificación según la socialización: grupos primarios y secundarios
- 10.Estructura de los grupos
- 11.Formación y desarrollo de los grupos

UNIDAD DIDÁCTICA 11. LAS RELACIONES GRUPALES

- 1.El funcionamiento del grupo
- 2.Principios de funcionamiento del grupo
- 3.Condiciones básicas para la acción del grupo
- 4.Relaciones entre grupos y conducta intergrupala
- 5.El rol en el grupo
- 6.El liderazgo en el grupo
- 7.Concepto de liderazgo
- 8.Estilos de liderazgo
- 9.El papel del líder
- 10.La comunicación en el grupo

UNIDAD DIDÁCTICA 12. LA DINÁMICA DE GRUPOS

- 1.¿Qué es la dinámica de grupos?
- 2.Definición
- 3.Orígenes históricos
- 4.¿Qué son las técnicas grupales?
- 5.Definición y objetivos de las técnicas grupales
- 6.Utilidad de las técnicas grupales
- 7.Clasificación de las técnicas grupales
- 8.Fundamentos de selección y aplicación de las técnicas grupales
- 9.Criterios de selección de la técnica
- 10.Normas generales para el uso de las técnicas de grupo

UNIDAD DIDÁCTICA 13. LAS TÉCNICAS GRUPALES EN LA ORGANIZACIÓN

- 1.Técnicas de grupo grande
- 2.Asamblea
- 3.Congreso
- 4.Conferencia
- 5.Técnicas de grupo mediano
- 6.Grupo de discusión (mediano o grande)
- 7.Comisión (grupo mediano y grande)

- 8.Mesa redonda
- 9.Técnicas de grupo pequeño
- 10.Clínica del rumor (de grandes a pequeños grupos)
- 11.Cuchicheo (para grupos pequeños, medianos y grandes)
- 12.Técnicas de trabajo o producción grupal
- 13.Role-playing
- 14.Phillips 6.6
- 15.Foros
- 16.Diálogos simultáneos
- 17.Técnicas de dinamización grupal
- 18.Técnicas de iniciación grupal o presentación
- 19.Técnicas de conocimiento y confianza
- 20.Técnicas para estimular la creatividad
- 21.Técnicas para el estudio y trabajo de temas
- 22.Técnicas de evaluación grupal

PARTE 6. GEOGRAFÍA POLÍTICA

MÓDULO 1. GEOGRAFÍA POLÍTICA Y PODER

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PODER, ESPACIO Y GEOGRAFÍA POLÍTICA

- 1.Poder y relaciones de poder
- 2.Instancias y dialéctica de poderes
- 3.Relaciones de poder en el espacio
- 4.La articulación política de la sociedad y su relación con el espacio geográfico
- 5.Articulación política y geografía política
- 6.La geografía política como relaciones de poder en el espacio

UNIDAD DIDÁCTICA 2. FUNDAMENTOS PARA LA GEOGRAFÍA POLÍTICA

- 1.Factores de la geografía política
- 2.El hombre y las necesidades
- 3.El medio y el hombre
- 4.El espacio geográfico para la geografía política
- 5.Uso y explotación del espacio geográfico como continente
- 6.Mecanismos espaciales manipulables en el proceso de transformación del espacio geográfico

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ÁMBITOS DE LA GEOGRAFÍA POLÍTICA

- 1.Política e intereses sociales y territoriales
- 2.La apropiación del espacio-territorio y del excedente
- 3.Control y espacio
- 4.La gestión del espacio y la intervención territorial
- 5.Política y conflicto socio-espacial
- 6.Relaciones espaciales de poder a las diversas escalas
- 7.Geografía política y geopolítica

MÓDULO 2. LOS PROCESOS EN GEOGRAFÍA POLÍTICA

+ de 100.000 alumnos formados con el 99% de satisfacción, consulta opiniones reales

Master en Marketing Político y Comunicación Institucional + Titulación Universitaria

UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL ÁMBITO FUNCIONAL EN GEOGRAFÍA POLÍTICA. DEL ESTADO A LO LOCAL

- 1.El Estado y las relaciones espaciales de poder
- 2.El Estado-nación: ideología e intereses
- 3.El Estado-poder: El Estado
- 4.El Estado-territorio: Los estados
- 5.El Estado-aparato: La Administración del Estado
- 6.El espacio interior La gestión y organización del territorio
- 7.El Estado y su papel beligerante en la producción y apropiación de excedente
- 8.Las escalas funcionales en el interior del Estado: lo regional y lo local
- 9.La gestión y el control de lo local
- 10.Ciudad y hecho metropolitano: un conflicto territorial

UNIDAD DIDÁCTICA 5. EL INDIVIDUO FRENTE AL ESPACIO POLÍTICO

- 1.Una perspectiva internalista
- 2.Posición y conflicto individual
- 3.El individuo frente a la organización política y la gestión del territorio a las diversas escalas
- 4.Poder y contrapoder local
- 5.La vida cotidiana y la coherencia espacial

UNIDAD DIDÁCTICA 6. LA ASUNCIÓN DEL PODER POLÍTICO. GEOGRAFÍA ELECTORAL

- 1.La geografía electoral
- 2.Manipulación ideológica del territorio
- 3.Efectos estructurantes según la escala política

UNIDAD DIDÁCTICA 7. GEOGRAFÍA POLÍTICA A ESCALA MUNDIAL: LA ORGANIZACIÓN POLÍTICO-ESPACIAL A ESCALA MUNDIAL

- 1.La escala mundial y el sistema-mundo
- 2.Geografía política de la actividad económica
- 3.Geografía política de las relaciones internacionales
- 4.Un futuro por hacer

PROGRAMA DE BECAS PARA MASTER

Euroinnova cuenta con un programa de **becas de master** para ayudarte a decidir tu futuro, puedes entrar y solicitarla, Euroinnova cuenta con más de 2000 **master online** que puedes consultar y solicitar tu beca.

Haz clic para conocer nuestro catálogo de **cursos online**

Terminos relacionados:

Información gratis Master en Marketing Político y Comunicación Institucional + Titulación Universitaria



www.euroinnova.edu.es

Llama gratis : 900 831 200

+ de 100.000 alumnos formados con el 99% de satisfacción, consulta opiniones reales

Master en Marketing Político y Comunicación Institucional + Titulación Universitaria

actitud, Acto, ansiedad, Apoyo, Apoyos, Asertivas, Asertividad, Audiovisuales, autoritarismo, Baremable, Buen, Campañas, Capacidad, Charla, Clasificación, Clientes, Coaching, Comercial, Comunicación, Conducta, Conducta intergrupala, Conectar, Conflictos, Contenido, Contexto, curso, Dentro Empresa, Desarrollo, Día, Dinámicas de Grupo, Dinamización, Dirección, Directrices, Dispositivos, Dudas, Eficacia, Electoral, elementos, Equipos de Trabajo, escucha, Escuchar, Estilo, Estrategias, Estrategias de Coordinación, Evaluación grupal, Factor, Fichas, Figura Pública, Forma, Geografía, Gestión, Grupos Sociales, Habilidades conversacionales, Habilidades Directivas, Habilidades sociales, Hablar, Información, Intervención, Laboral, Liderazgo, Manejo, Marketing, Mejor, Mejorar, Miedo, Objeciones, Objetivos, Online, Oposiciones, Orador, Oratoria, Organización, Partidos Políticos, Percusión, Persona, Personal, Personas, Persuasiva, Política, Político, Preguntas, Preparación, Presentación, Previa, Procedimiento, profesional, Protocolo, Psicología, Publicidad, Público, Quejas, Reclamaciones, recursos, Redes, Relaciones sociales, Resolución de problemas, Retórica, Reuniones, Roles, Sector, social, sociales, Sociedad, técnica, Técnicas de negociación, Técnicas Grupales, Técnicos, tiempo, Timidez, Tipología, tipos, toma de decisiones, Trato, Universitario, Ventajas, Ventas, Web

Información gratis Master en Marketing Político y Comunicación Institucional + Titulación Universitaria



www.euroinnova.edu.es

Llama gratis : 900 831 200

+ de 100.000 alumnos formados con el 99% de satisfacción, consulta opiniones reales

Master en Marketing Político y Comunicación Institucional + Titulación Universitaria



EUROINNOVA
BUSINESS
SCHOOL

FICHA DE MATRICULACIÓN

Para efectuar su matrícula sólo tiene que hacernos llegar esta ficha con sus datos personales vía email a formacion@euroinnova.com.

POSTGRADO EN QUE DESEA MATRICULARSE: :

.....

Nombre:

Apellidos:.....

DNI/ID/Pasaporte:.....

Domicilio envío:

..... CP:.....

Localidad:.....

Provincia:..... País:.....

Teléfono:..... E-mail:.....

Horario de entrega (Mañana o tarde).....

Forma de pago

Observaciones:.....

Una vez recibidos los datos personales, uno de nuestros asesores pedagógicos contactará con usted para concretar la matrícula y confirmarle cuando va a recibir todos los materiales en su domicilio.



EUROINNOVA
BUSINESS
SCHOOL

DESDE ESPAÑA LLAMA GRATIS A:
900 831 200

DESDE FUERA DE ESPAÑA:
+ 34 958 05 02 00

EUROINNOVA FORMACIÓN
POLÍGONO INDUSTRIAL LA ERMITA.
EDIF. CENTRO DE EMPRESAS GRANADA. OFICINA 1º D • 18230 ATARFE - GRANADA
Teléfono: 958 050 200

Información gratis Master en Marketing Político y Comunicación Institucional + Titulación Universitaria



www.euroinnova.edu.es

Llama gratis : 900 831 200