

## FICHA TÉCNICA DEL CURSO

**Referencia:** ONV2CS3321-N

**Nombre:** PROPAGANDA Y COMUNICACIÓN POLÍTICA

**Duración:** 375 horas

**Modalidad:** Teleformación

### Objetivos:

Conocer acerca de la propaganda y comunicación persuasiva. Identificar las fuentes de la propaganda, entre las que destaca la publicidad y la política. Diferenciar entre los diversos tipos de clasificaciones de propaganda. Diferenciar la propaganda leninista de la propaganda fascista y nazi del siglo XX. Identificar la propaganda de la segunda guerra mundial y guerra fría. Saber acerca de la televisión del advenimiento del marketing político. Conocer la propaganda y la tecnología de la información del siglo XXI. Ampliar conocimientos sobre las reglas y técnicas utilizadas en la propaganda así como identificar el modelo de contrapropaganda. Conocer y analizar el modelo de análisis de los cinco filtros. Analizar los diferentes medios que se usan para transmitir un mensaje propagandístico. Analizar la influencia que tienen los medios de comunicación en la opinión pública. Ampliar conocimientos sobre la propaganda política y como afecta a la democracia. Conocer los fines u objetivos del plan de comunicación. Conocer las características del proceso de investigación. Conocer las etapas del proceso de investigación. Conocer los diferentes diseños de investigación. Distinguir entre datos primarios y secundarios y conocer la utilidad de ambos. Conocer las diferencias entre información primaria y secundaria. Tener conocimiento de las ventajas que aporta la planificación de la comunicación. Saber la finalidad de una auditoría de imagen. Conocer la utilidad de un análisis DAFO y estrategias para mejorar el resultado. Conocer los fundamentos teóricos de la retórica, oratoria, argumentación, etc., así como su utilización en la actualidad. Diferenciar los diferentes discursos, así como conocer la importancia del buen uso en cada caso en su aplicación práctica. Conocer las pautas para poder empatizar con nuestro público en el discurso, a través de la comunicación verbal y la comunicación no verbal. Mostrar las claves para escribir un discurso, con un adecuado contenido, utilizando técnicas y herramientas para su materialización. Ser capaces de realizar un discurso con éxito desde el punto de vista teórico. o Incorporar conceptos sobre las diversas teorías y escuelas que hablan de marketing político y la utilización de los mass media. Conocer como el sistema político y sus actores configuran los canales de comunicación del sistema mediático. Conocer el término agenda setting y cómo se construye la realidad diaria. Conocer los puntos básicos para crear un plan de medios y dirigir una campaña a través de ellos.

### Contenidos:

La comunicación desde la política y la empresa

UD1. Gestión de la comunicación pública

UD2. Formar Opinión

UD3. El discurso público

Propaganda clásica

UD1. Propaganda clásica. Cuestiones metodológicas

## FICHA TÉCNICA DEL CURSO

**Referencia:** ONV2CS3321-N

**Nombre:** PROPAGANDA Y COMUNICACIÓN POLÍTICA

**Duración:** 375 horas

**Modalidad:** Teleformación

UD2. Propaganda e historia

UD3. Propaganda en acción

UD4. Medios para la propaganda

UD5. Propaganda clásica. Consideraciones finales

La investigación

UD1. Fundamentos preliminares de investigación aplicada a la comunicación en las organizaciones

UD2. Recogida de información primaria: investigación cualitativa

UD3. Recogida de información primaria: investigación cuantitativa

UD4. Herramientas de diagnóstico: auditorías de imagen y análisis DAFO

UD5. La investigación aplicada a la comunicación política

Oratoria y construcción del discurso

UD1. La retórica

UD2. Previo al discurso

UD3. Los componentes del discurso

UD4. La presentación

La salud mental del líder

UD1. Poder, política y salud mental

UD2. Psiquiatría y poder

UD3. Algunas notas sobre salud mental

Influencia de los MASS media en la Campaña del Líder

UD1. Medios de comunicación e imagen pública

UD2. Sistema político y medios de comunicación

UD3. La agenda setting

UD4. El plan de medios

UD5. Escenarios de crisis

UD6. Políticos y periodistas, una necesaria convivencia