

FORMACIÓN E-LEARNING

Curso Online de Cómo tratar con éxito con Periodistas

→ Métodos y pautas para crear relaciones exitosas con los profesionales de los medios de comunicación.

ARGENTINA

(54) 1159839543

BOLÍVIA

(591) 22427186

(591) 70695490

COLOMBIA

(57) 15085369

CHILE

(56) 225708571

COSTA RICA

(34) 932721366

EL SALVADOR

(503) 21366505

MÉXICO

(52) 5546319899

PERÚ

(51) 17007907

PANAMÁ

(507) 8513

PUERTO RICO

(1) 7879457491

REPÚBLICA DOMINICANA

(1) 8299566921

URUGUAY

(34) 932721366

VENEZUELA

(34) 932721366

Llamada Whatsapp

 (34) 601615098




Iniciativas Empresariales
| estrategias de formación


MANAGER
BUSINESS
SCHOOL

attcliente@iniciativasempresariales.edu.es

america.iniciativasempresariales.com

ARGENTINA - BOLÍVIA - COLOMBIA - COSTA RICA - CHILE - EL SALVADOR - MÉXICO
PANAMÁ - PERÚ - PUERTO RICO - REPÚBLICA DOMINICANA - URUGUAY - VENEZUELA - ESPAÑA



Presentación

Tener que tratar alguna vez con un periodista es una probabilidad más que una posibilidad en los tiempos que corren. En pleno siglo XXI la proliferación de medios de comunicación de todo tipo, online y offline, supone en la práctica que los flujos de información han de aumentar exponencialmente para así mantener alimentada la maquinaria de la principal industria del conocimiento del mundo occidental.

A partir de ese momento, y más que nunca, todos los ciudadanos somos de interés potencial para los *Mass Media*. Ya no solo los políticos o los deportistas o los artistas o los implicados en cualquier tipo de escándalo son susceptibles de ser entrevistados o de participar en tertulias o programas de radio o televisión.

Quienes posean una empresa singular o de éxito por pequeña que sea, los representantes de cualquier tipo de colectivo (desde asociaciones de vecinos a secciones sindicales pasando por colectivos de afectados de lo que sea), los profesores universitarios de cualquier disciplina susceptibles de ser consultados como expertos, los padres de alumnos de un centro de actualidad, los testigos de un suceso o accidente ... todos formamos parte del engranaje que mantiene vivos a los medios de comunicación, y ahora ya no sólo como consumidores, sino también como potenciales actores.

Por lo tanto, conviene estar mínimamente preparados para salir con bien de un trance en el que puede que nos juguemos desde la imagen personal hasta el éxito de nuestro negocio pasando por una complicación judicial.

La Educación On-line

Tras 15 años de experiencia formando a directivos y profesionales, Iniciativas Empresariales presenta sus cursos e-learning. Diseñados por profesionales en activo, expertos en las materias impartidas, son cursos de corta duración y eminentemente prácticos, orientados a ofrecer herramientas de análisis y ejecución de aplicación inmediata en el puesto de trabajo.

Los cursos e-learning de Iniciativas Empresariales le permitirán:

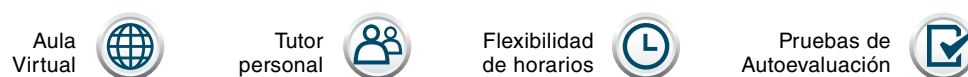
- La posibilidad de escoger el momento y lugar más adecuado.
- Interactuar con otros estudiantes enriqueciendo la diversidad de visiones y opiniones y su aplicación en situaciones reales.
- Trabajar con diversos recursos que ofrece el entorno on-line.
- Aumentar sus capacidades y competencias en el puesto de trabajo en base al estudio de los casos reales planteados en este curso.

Método de Enseñanza

El curso se realiza on-line a través de la plataforma *e-learning* de Iniciativas Empresariales que permite, si así lo desea, descargarse los módulos didácticos junto con los ejercicios prácticos de forma que pueda servirle posteriormente como un efectivo manual de consulta.

A cada alumno se le asignará un tutor que le apoyará y dará seguimiento durante el curso, así como un consultor especializado que atenderá y resolverá todas las consultas que pueda tener sobre el material docente.

El curso incluye:



Contenido y Duración del Curso

El curso tiene una duración de 50 horas y el material didáctico consta de:

Manual de Estudio

Corresponde a todas las materias que se imparten a lo largo de los 11 módulos de formación práctica de que consta el curso *Cómo tratar con éxito con Periodistas*.

Material Complementario

Incluye ejemplos, casos reales, tablas de soporte, etc. sobre la materia con el objetivo de ejemplificar y ofrecer recursos para la resolución de las problemáticas específicas en el trato con periodistas.

Ejercicios de Seguimiento

Corresponden a ejercicios donde se plantean y solucionan determinados casos referentes al trato con periodistas.

Pruebas de Autoevaluación

Para la comprobación práctica de los conocimientos que Ud. va adquiriendo.



Este curso le permitirá saber y conocer:

- Cómo perderle el miedo a los periodistas.
- Cómo redactar una nota de prensa. Y organizar una comparecencia pública.
- Cómo se sustancia el poder que los medios de comunicación detentan y de qué manera puede ser percibido por el público.
- Qué es el periodismo, cuál es su naturaleza y sus principales características.
- Cuáles son las características básicas que definen a un periodista.
- Cómo clasificar a los periodistas según la forma de desarrollar su trabajo.
- Cómo trabaja un periodista, cuáles son sus armas y métodos de trabajo.
- Cómo aprender a relacionarse y a comunicarse con ellos.
- Por qué cultivar los contactos es uno de los métodos más efectivos para hablar con periodistas.
- Con qué criterio selecciona un periodista las informaciones válidas de las que no lo son.
- Con qué herramientas legales contamos en el caso de que un periodista vulnere nuestros derechos.

La presencia en los medios de comunicación aumenta la notoriedad de la marca; la ausencia facilita el reconocimiento de las marcas de la competencia.

Dirigido a:

Directores de Marketing, Directores Comerciales, así como a todas aquellas personas que dentro de la organización tengan asignada la función de comunicadores. Nos referimos a Mandos Intermedios, Responsables de Área y/o Departamento o personal de Dirección.

Contenido del curso

→ MÓDULO 1. Qué es el periodismo

4 horas

A estas alturas del siglo XXI, en plena sociedad de la información y el conocimiento, hay pocas dudas de que el periodismo es un poder. Otra cosa diferente es que no hayamos sido capaces aún de definir la verdadera naturaleza y dimensión de ese poder, sus características y alcance.

1.1. Es un poder transversal. Ni cuarto poder ni contrapoder.

1.2. Manifestación de su poder:

1.2.1. Marcar agenda.

1.2.2. Participar en los hechos.

1.2.3. Apariencia.

1.3. Su poder hace aguas parcialmente.

→ MÓDULO 2. Qué es un periodista

5 horas

Una de las principales características del periodista debe ser la de la distancia con la que observa los hechos noticiables para así transmitirlos después con el menor grado de tergiversación posible. Este módulo revisa las principales características que adornan o han de adornar a un periodista.

2.1. Características que lo definen:

2.1.1. Escepticismo.

2.1.2. Prestigio e imagen social.

2.1.3. Incordio.

2.1.4. "Precaridismo: autónomos y freelance.

→ MÓDULO 3. Quién es periodista

3 horas

Una vez vistos los principales rasgos de la profesión periodística y de los profesionales que la ejercen, es hora de conocer mejor de qué forma se puede acceder a ella. Se trata, en definitiva, de delimitar quién es realmente periodista y quién no lo es.

3.1. Definición oficial. Intrusismo.

3.2. Profesionales vs aficionados:

3.2.1. Másters y becarios.

Contenido del curso

→ MÓDULO 4. Tipos de periodistas

3 horas

En este módulo clasificaremos a los periodistas según la forma de desarrollar su trabajo.

4.1. Tipos de periodistas.

→ MÓDULO 5. Por qué hemos de tratar con periodistas

3 horas

Cualquiera de nosotros puede necesitar contactar alguna vez con algún periodista. Hemos de estar preparados para tratar con ellos porque somos...

5.1. Políticos.

5.2. Agentes sociales.

5.3. Expertos.

5.4. Testigos.

5.5. Ciudadanos.

→ MÓDULO 6. Cómo trabaja un periodista

7 horas

Es importante saber cuál es el método de trabajo de un periodista y en qué condiciones se suele desarrollar. Este módulo explica las armas y los métodos que utilizan los periodistas así como las garantías que ofrecen a sus fuentes.

6.1. Método periodístico, método científico.

6.2. Armas del periodista:

6.2.1. Derechos de información y expresión.

6.2.2. Sobreinformación y desinformación.

6.2.3. Testigos y fuentes:

6.2.3.1. *On the record.*

6.2.3.2. Con reservas.

6.2.3.3. *Off the record.*

6.2.3.4. *For guidance.*

6.2.3.5. *No comment.*

Contenido del curso

- 6.2.4. Conciencia.
- 6.2.5. Garantías:
 - 6.2.5.1. Estatuto profesional.
 - 6.2.5.2. Código penal.
 - 6.2.5.3. Secreto profesional.
 - 6.2.5.4. Códigos deontológicos.
 - 6.2.5.5. Estatuto de redacción y comités de redacción.
 - 6.2.5.6. Asociaciones y colegios profesionales.

→ MÓDULO 7. Qué quiere el periodista

4 horas

Por definición, lo que quiere el periodista es información con la que construir buenas noticias que aportar a su medio. ¿Con qué criterio selecciona las informaciones válidas de las que no lo son, y con qué objetivo elabora después la noticia?

- 7.1. Información y noticia.
- 7.2. Verdad y veracidad:
 - 7.2.1. Hechos objetivos y noticiables.
 - 7.2.2. Censura.
- 7.3. Credibilidad y verosimilitud.

→ MÓDULO 8. Qué queremos del periodista

3 horas

- 8.1. Qué queremos del periodista:
 - 8.1.1. Objetividad, veracidad e imparcialidad de las informaciones.
 - 8.1.2. Separación entre informaciones y opiniones.
 - 8.1.3. Respeto al pluralismo político, religioso, social, cultural y lingüístico.
- 8.2. Qué debe ofrecer el periodista:
 - 8.2.1. Independencia.
 - 8.2.2. Objetividad.
 - 8.2.3. Imparcialidad.
 - 8.2.4. Ecuanimidad.
 - 8.2.5. Neutralidad.

Contenido del curso

- 8.2.6. Rigor.
- 8.2.7. Precisión.
- 8.2.8. Exactitud.

8.3. Objetivos del periodismo según criterios tradicionales o de internautas.

→ MÓDULO 9. Cómo hemos y no hemos de tratarlo (al periodista)

4 horas

Una vez que sabemos qué queremos del periodista hemos de empezar a conocer cómo hay que tratarle en beneficio nuestro y cómo desterrar fórmulas inadecuadas en nuestra relación con ellos. En este módulo se establece un catálogo de comportamientos posibles para con el periodista.

- 9.1. No manipularlo.
- 9.2. Empatizar con él o algo más.
- 9.3. Controlarlo o algo más.
- 9.4. Cómo controlarlos.

→ MÓDULO 10. Cómo comunicarnos con él

7 horas

En este módulo se repasan las diferentes formas y vías de entablar comunicación con un profesional de la información.

- 10.1. Ante una crisis que nos afecte:
 - 10.1.1. Silencio.
 - 10.1.2. Negación.
 - 10.1.3. Transferencia de responsabilidades.
 - 10.1.4. Confesión.
 - 10.1.5. Discreción controlada.
 - 10.1.6. Reacciones estratégicas de comunicación.
- 10.2. Si decidimos comunicar con él:
 - 10.2.1. El comunicado o nota de prensa.

Contenido del curso

10.2.2. Entrevistas:

10.2.2.1. Si nos preguntan lo que queremos contar.

10.2.2.2. Si no nos preguntan lo que queremos contar.

10.2.2.3. Si nos preguntan lo que no queremos contar.

10.2.2.4. Si no nos preguntan lo que no queremos contar.

10.2.3. Ruedas de prensa.

→ MÓDULO 11. Palabras mayores: vulneración de derechos

7 horas

Nos conviene conocer qué hacer si nuestra relación con un periodista deviene en conflictiva. Para ello contamos con diversas herramientas legales que se repasan a lo largo de este módulo.

11.1. Responsabilidades del periodista. Vías civil y penal.

11.2. Rectificación. Derecho de rectificación.

11.3. Derecho a la información vs derechos propios:

11.3.1. Derecho a la intimidad y a la propia imagen.

11.3.2. Derecho al honor.

11.3.3. Protección a la infancia.

11.3.4. Secretos oficiales.

11.4. Conceptos básicos:

11.4.1. Calumnia.

11.4.2. Injuria.

11.4.3. Infamia.

11.4.4. Difamación.

11.4.5. Desacato.



Autor

El contenido y las herramientas pedagógicas del curso Cómo tratar con éxito con Periodistas han sido elaboradas por un equipo de especialistas dirigidos por:

→ Vicente Climent

Periodista y Licenciado en Ciencias Químicas cuenta con una dilatada trayectoria como profesional en diversos Medios de Comunicación. Ha sido Director de Informativos en COPE - Comunidad Valenciana, Nou Ràdio (RTVV), News FM, en la TDT autonómica (Tele 7) y en la Televisión Municipal de Valencia (TMV).

Además de presentar noticiarios ha participado como moderador en numerosos debates y tertulias y ha colaborado en las ediciones alicantinas de los diarios La Verdad y Las Provincias, del diario Valencia Hui y de los medios digitales La Voz Digital y Diario Crítico de la Comunidad Valenciana, entre otros.

El autor y su equipo de colaboradores estarán a disposición de los alumnos para resolver sus dudas y ayudarles en el seguimiento del curso y el logro de objetivos.

Titulación

Una vez realizado el curso el alumno recibirá el diploma que le acredita como **experto en Cómo tratar con éxito con Periodistas**. Para ello, deberá haber cumplimentado la totalidad de las pruebas de evaluación que constan en los diferentes apartados. Este sistema permite que los diplomas entregados por Iniciativas Empresariales y Manager Business School gocen de garantía y seriedad dentro del mundo empresarial.

