



**UVM**  
LAUREATE INTERNATIONAL UNIVERSITIES®

EDUCACIÓN  
CONTINUA

**DIPLOMADO**  
**RELACIONES PÚBLICAS,  
REDES SOCIALES Y MANEJO DE  
SITUACIONES DE CRISIS  
(WAR-ROOM)**

---

**CONOCE MÁS**

## **DIPLOMADO**

PRESENCIAL 96 HORAS

### **RELACIONES PÚBLICAS, REDES SOCIALES Y MANEJO DE SITUACIONES DE CRISIS (WAR-ROOM)**



### **OBJETIVO**

Encontrar la manera de lograr un profundo entendimiento de la disciplina de comunicación que robustece la imagen de una empresa: las relaciones públicas.

Concertar mejor los conocimientos del uso de redes sociales como agente de promoción de la reputación, así como participar en un auténtico cuartel de guerra de crisis.

### **BENEFICIOS**

- Poseerá herramientas aterrizadas y de fácil medición para llevar a cabo campañas de relaciones públicas y de manejo de crisis de una empresa con planes de cuidar la imagen pública como parte fundamental de su plan de marketing.

### **A QUIEN VA DIRIGIDO**

- Profesionales de marketing, comunicadores, y en general a todo aquel que trabaja o está involucrado con la promoción de la imagen de la empresa, sus programas de comunicación y la prevención y solución de situaciones de crisis.

## Módulo 1

### La importancia de un plan de comunicación estratégica: El marco de las relaciones públicas.

El participante podrá conocer y justificar la aplicación de las ventajas de la planeación de una buena campaña de comunicación estratégica.

1. Naturaleza y significado de las relaciones públicas.
2. Antecedentes históricos y evolución.
3. Tendencias sociales de las relaciones públicas y las nuevas redes sociales.
4. Las relaciones públicas como sistema de comunicación.
5. Técnicas de investigación en relaciones públicas.
6. Relaciones públicas como parte de una visión estratégica integral.
7. Marketing y comunicación 2.0.
8. La red semántica y la comunicación 3.0.
9. Creación y uso de casos de éxito.

## Módulo 2

### Relaciones públicas y medios de comunicación.

El participante conocerá los diversos tipos de medios y tendrá la oportunidad de aplicar lo aprendido en la vida real, a través de un taller de entrenamiento vivencial.

1. Los medios y las relaciones públicas.
2. ¿Cómo funcionan los medios de comunicación?
3. Estrategia de medios.
4. Relación con medios.
5. Uso de redes sociales como herramienta táctica.
6. Entrenamiento de medios.

## Módulo 3

### Opinión pública: comunicación y poder.

El alumno desarrollará los conocimientos teóricos necesarios para tener una comprensión reflexiva del entorno de la opinión pública en México, sus interrelaciones y su importancia en la realidad social actual. Mediante el estudio de casos será capaz de profundizar en los diferentes aspectos de la intrínseca relación entre comunicación y poder.

1. Opinión pública.
2. Comunicación persuasiva: actitudes, valores y actos.
3. Medios de comunicación masivos y poder.
4. Propaganda.
  - 4.1. El concepto de propaganda.
  - 4.2. Técnicas de persuasión.
  - 4.3. La gestión de emisor, la organización del mensaje, la selección del canal, la gestión del contexto.
5. La opinión pública en México.
  - 5.1. Opiniones, actitudes y valores de la sociedad mexicana.
  - 5.2. Estudio de casos.

**CONOCE MÁS**

## Módulo 4

### **Estrategias de comunicación en Relaciones Públicas en redes sociales.**

El participante podrá conocer y justificar la aplicación de campañas de relaciones e imagen públicas según el ámbito de su empresa y será capaz de aplicar lo aprendido en la elaboración de planes adecuados a la empresa con la que colabora a través de las redes sociales como medio.

1. Campañas de comunicación en los sectores de consumo, salud y bienestar.
2. Campañas de comunicación en sectores industriales.
3. Campañas de comunicación en las relaciones gubernamentales.
4. Cultura WIKI.
5. Análisis de las redes sociales y el uso de la internet como vehículo de comunicación.

## Módulo 5

### **Crisis War-Room y la comunicación interna en situaciones de crisis.**

El participante podrá conocer y justificar la aplicación de las ventajas de una campaña de cuidado de imagen y prevención de crisis.

1. Las crisis organizacionales.
2. Planes de prevención, comité de crisis y el manual para el manejo de situaciones de crisis.
3. Simulación de situaciones de crisis.
4. La imagen pública de la empresa y el programa de reconstrucción de imagen.

## Módulo 6

### **Seminario de simulación de campaña.**

El asistente a este módulo presentará su trabajo final y al mismo tiempo, redondeará los conocimientos aprendidos en el curso mediante un seminario donde todos los profesores trabajarán en un ambiente simulado de competencia por la atención del público en un caso real de competencia.

1. Brief y contrabrief.
2. La presentación y el pitch de agencia: cómo ganar la cuenta desde la presentación.
3. Simulación de campaña.
4. Medición de resultados y elección de ganadores.

**CONOCE MÁS**



EDUCACIÓN  
CONTINUA

[universidaduvm.mx](http://universidaduvm.mx)