

# FORMACIÓN E-LEARNING

## Curso Online de Cómo gestionar un Gabinete de Prensa y Comunicación en Centros Educativos

→ Para gestionar las relaciones con los medios de comunicación en los centros educativos, saber hacer frente a situaciones de crisis y comunicar de manera eficiente nuestros objetivos.



**[e]**  
Iniciativas Empresariales  
*| estrategias de formación*



Tel. 900 670 400 - [attcliente@iniciativasempresariales.com](mailto:attcliente@iniciativasempresariales.com)  
[www.iniciativasempresariales.com](http://www.iniciativasempresariales.com)

BARCELONA - BILBAO - MADRID - SEVILLA - VALENCIA - ZARAGOZA



## Presentación

Cualquier centro educativo es susceptible de convertirse en noticia ante los medios de comunicación. Su capacidad de ser noticiable depende de varios factores: la educación que prestan, los medios innovadores que utilizan, la calidad y prestigio de su profesorado, etc.

Por otro lado, la experiencia demuestra que ninguna institución educativa puede sentirse a salvo de la posibilidad de atravesar una situación de crisis y que, a su pesar, será el centro de atención de los medios y podrá ser sometida a crítica. De ahí la necesidad de estar preparados para neutralizar o minimizar sus consecuencias.

Por todo ello, es necesario que los responsables y componentes del centro educativo valoren positivamente la necesidad de poseer una política comunicativa clara y conocida por todos los miembros del centro.

Este curso responde a las necesidades de los centros educativos para disponer de profesionales propios que conozcan y sepan manejar de forma eficiente las mejores herramientas de comunicación en la promoción y defensa del centro. A lo largo del curso se estudiarán las herramientas y métodos de comunicación de los centros educativos y se ilustrarán mediante ejemplos y casos reales.

## La Educación On-line

La formación continua es una necesidad para todo profesional que quiera estar al día en un entorno tan cambiante como el actual. La modalidad virtual de la educación a distancia es una oportunidad para ello.

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:

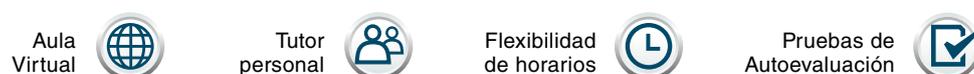
- La posibilidad de escoger el momento y lugar más adecuado.
- Interactuar con otros estudiantes enriqueciendo la diversidad de visiones y opiniones y su aplicación en situaciones reales.
- Trabajar con más y diversos recursos que ofrece el entorno on-line.
- Aumentar sus capacidades y competencias en 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 12 módulos de formación práctica de que consta el curso *Cómo gestionar un Gabinete de Prensa y Comunicación en Centros Educativos*.

### Material Complementario

Incluye ejemplos y casos reales sobre la materia con el objetivo de ejemplificar y ofrecer recursos para la resolución de las problemáticas específicas de la gestión de la comunicación en los centros educativos.

### Pruebas de Autoevaluación

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

## Curso Bonificable



## Este curso le permitirá saber y conocer:

- Cómo se elabora y qué debe contener un dossier de prensa del centro destinado a los medios de comunicación.
- Cuándo es preciso o conveniente convocar una conferencia o rueda de prensa en un centro educativo y cuándo no.
- Cómo se planifica una rueda o conferencia de prensa.
- Cómo dar a las notas de prensa una estructura periodística.
- Cómo crear un gabinete de prensa que represente a su centro ante los medios de comunicación.
- Cómo diseñar estrategias y tácticas de comunicación del sector educativo.
- Cómo determinar quién debe ser el portavoz ante los medios y qué formación debe recibir.
- Cuáles son las reglas y cómo se realiza la comunicación con los medios en Internet.
- Qué ventajas e inconvenientes ofrece el periodismo digital para la comunicación de los centros educativos.
- Cómo convertir en noticia las actividades educativas de su centro.
- Cómo crear opinión sobre su centro o temas educativos a través de la prensa.
- Cómo buscar la mejor forma para que aquello que su centro quiere comunicar tenga la mayor difusión posible.
- Cómo prevenir y afrontar las situaciones de crisis en un centro educativo.
- Cómo elaborar un plan de comunicación en crisis, que defina claramente cómo debe afrontarse y por quién.
- Cuáles son las técnicas que hay que conocer para neutralizar los efectos negativos de las crisis en el sector educativo.
- Cuáles son las herramientas de comunicación más eficaces en una crisis.
- Cómo actuar de forma eficaz ante un rumor.

**La habilidad para comunicar puede marcar la diferencia en un centro educativo.**

## Dirigido a:

Directores de Centros de enseñanza y de Formación, Responsables de Marketing y de Comunicación, Profesores y en definitiva a cualquier persona vinculada al mundo de la enseñanza interesada en conocer las técnicas existentes para mantener una buena comunicación con los medios.

## Contenido del curso

### → MÓDULO 1. Introducción

3 horas

- 1.1. Desconocimiento del trabajo de los medios de comunicación. Más allá de la prensa rosa y los deportes.
- 1.2. Cualquiera puede tener que vérselas con ellos. Porque cualquiera puede pinchar una rueda, tanto si la ha hinchado como si no.
- 1.3. De interés para todo tipo de Centros Educativos. Desde la guardería hasta la Facultad y más allá.
- 1.4. Poco o nada hay escrito sobre cómo comunicarse con los medios. La excepción, los casos de accidente de autobús pero ¿y el día a día?
- 1.5. Necesidad de elaborar unas pautas básicas de actuación. Conviene automatizar movimientos para cuando no haya tiempo para las estrategias, sino sólo para las tácticas.

### → MÓDULO 2. Cómo entienden las empresas periodísticas el periodismo

5 horas

- 2.1. Qué es el periodismo. El periodismo, la propaganda, la publicidad y sus fronteras. La información y la noticia. El bulo y la intoxicación.
- 2.2. Objetivos de los medios de comunicación. Informar, formar y entretener, pero sobre todo influir y ganar dinero.
- 2.3. El poder de los medios y los medios y el poder. El poder, como el valor, se les supone a medios ... y a periodistas. La necesidad de marcar las agendas y de soportar presiones.
- 2.4. Tipos de medios (no tan obvio como parece). Admiten múltiples subdivisiones. La primera, entre los básicos y los otros.
  - 2.4.1. Los básicos son los de casi toda la vida, los tradicionales.
  - 2.4.2. Los otros son los que agrupan, coaligan y/o redistribuyen a los tradicionales.
- 2.5. La organización interna de los medios. Sus propias normas, los idearios y libros de estilo, la cultura de empresa y el liderazgo del comunicador.
- 2.6. Tendencias de los medios de comunicación. Qué les ocupa y preocupa. Las 3 S de la tele, los telediarios sin noticias, la trivialización de los periódicos y el periodismo sin periodistas.

## Contenido del curso

### → MÓDULO 3. Qué es un periodista

5 horas

3.1. Por qué me interesa conocerlos. Por lo mismo que un militar estudiaría a su adversario.

3.2. Antes que cualquier otra cosa son personas. La precariedad y la crisis real de la profesión contra el romanticismo ideal de la carrera.

3.3. Son profesionales pero no con idénticas exigencias. Ni propias ni por cuenta ajena. Pese a unos mismos estándares de partida.

3.4. Las 5 Ws se convierten ahora en 4. Dónde es lo único que ahora sabrán casi siempre.

3.5. Las armas que utilizan. Para desarrollar su trabajo, los periodistas se sirven principalmente de las libertades contempladas en las leyes y de las fuentes.

3.5.1. Libertades. Sus escudos. Códigos y jurisprudencia.

3.5.2. Fuentes. Sus espadas. Off the record, On the record y otros.

### → MÓDULO 4. La responsabilidad del periodista y su empresa

5 horas

4.1. Conceptos legales básicos. Sentencias, autos, providencias y demás. Para abrir boca.

4.2. Preceptos legales fundamentales. De uso común ciudadano. Hablamos de la Constitución y del secreto profesional y la Cláusula de Conciencia.

4.3. Premisas éticas para el trabajo periodístico. La independencia, el rigor, la veracidad, la credibilidad y otras especies en peligro.

4.4. Premisas legales para el trabajo periodístico. Lo que hay que respetar: la infancia, el honor, la fama, ciertos secretos...

## Contenido del curso

### → MÓDULO 5. Las relaciones públicas y otras disciplinas comunicativas

4 horas

- 5.1. Periodismo, Publicidad y Propaganda.
- 5.2. Relaciones Públicas y Comunicación Empresarial (o Institucional).
- 5.3. Qué tipo de relaciones cabe mantener con un periodista.

### → MÓDULO 6. Actores y especificidades del sector educativo ante el fenómeno de la comunicación

4 horas

- 6.1. Se trata de un sector estratégico. Social, económica y políticamente. Siempre sujeto a debate y a cambios, y, por tanto, a escrutinio público en lo macro y en lo micro.
- 6.2. Sometido a diversas dependencias jerárquicas. Lo que añade otros factores noticiables a la cuestión: los generados del debate a escala local, micro
  - 6.2.1. Política. Que no se limita a trazar estrategias. Ejerce además una función supervisora del día a día.
  - 6.2.2. Del Consejo Escolar. La Comunidad Educativa dirige el día a día.

### → MÓDULO 7. Definiciones básicas para el curso

4 horas

- 7.1. La reputación previa. El mejor aval del centro y de sus profesionales.
- 7.2. El riesgo de ser objetivo mediático. Lo que allí pase les pasa a mis hijos o a mí mismo.
- 7.3. Cuando nos pasa algo y cuando además se sabe que nos pasa algo. Cómo resolver un problema sin dejar de sonreír.
- 7.4. La presunción de inocencia. A invocar siempre antes de cruzar los dedos para que sea atendida.
- 7.5. El tratamiento informativo de los menores. A recordar siempre antes de cruzar los dedos para que sea el adecuado.

## Contenido del curso

### → MÓDULO 8. Tipos de cosas que pasan en un centro educativo y que pueden interesar a los medios

7 horas

#### 8.1. Coyunturas inmateriales:

- 8.1.1. De reorganización interna.
- 8.1.2. Económicas.

#### 8.2. Anomalías materiales:

- 8.2.1. Sanitarias.
- 8.2.2. Naturales pero extraordinarias.
- 8.2.3. Humanas. Destaquemos tres tipos de situaciones:
  - 8.2.3.1. Previsibles.
  - 8.2.3.2. Imprevisibles.
- 8.2.4. Varias. Accidente de autobús. Estudio en detalle del protocolo establecido.

#### 8.3. Perturbaciones sociales:

- 8.3.1. Alarma generalizada.
- 8.3.2. Amenazas individuales.
- 8.3.3. Casos de violencia física.
- 8.3.4. Alarma, amenaza y violencia a la vez.

#### 8.4. Situaciones cotidianas.

### → MÓDULO 9. Comunicar para prevenir daños. Antes de que llegue, si llega, el problema

2 horas

- 9.1. Relación personal. De cada posible interlocutor.
- 9.2. Relación pública. De la empresa o institución.

### → MÓDULO 10. Comunicar para limitar daños. Mientras se da el problema, si es que hay problema

1 hora

## Contenido del curso

→ **MÓDULO 11. Comunicar para paliar daños. Una vez resuelto el problema o pasada la cresta de la ola. El uso del sentido común: necesario, pero no suficiente**

3 horas

11.1. Mediante un equipo ad hoc para la resolución de problemas.

11.2. Mediante profesionales especializados externos. Los gabinetes de comunicación.

11.3. Mediante profesional especializado interno. Los jefes de prensa.

→ **MÓDULO 12. Procedimientos. Los métodos prácticos más usuales para comunicar novedades a la opinión pública a través de los medios**

7 horas

12.1. Comunicados. O notas de prensa. Que a veces no es lo mismo. Qué deben contener y cómo deben presentarse.

12.2. Entrevistas. Su relación con el estado de ánimo:

12.2.1. Si nos preguntan lo que queremos contar.

12.2.2. Si no nos preguntan lo que queremos contar.

12.2.3. Si nos preguntan lo que no queremos contar.

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

12.3. Ruedas de prensa. Ventajas e inconvenientes.



## Autor

El contenido y las herramientas pedagógicas del curso Cómo gestionar un Gabinete de Prensa y Comunicación en Centros Educativos han sido elaboradas por un equipo de especialistas dirigidos por:

### → Vicente Climent

Licenciado en Ciencias Químicas y periodista. Cuenta con una dilatada trayectoria como profesional en diversos Medios de Comunicación. Ha sido Director de Informativos en COPE - Comunidad Valenciana, 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. En la actualidad ejerce como periodista en Ràdio 9 (Grupo RTVV). Ha sido colaborador de 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 Valencia, entre otros.

Su interés por las relaciones entre el sector educativo y los Medios de Comunicación se ha concretado en la publicación del manual “Cómo atender a los Medios durante una crisis en un Centro Educativo”.

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 gestionar un Gabinete de Prensa y Comunicación en Centros Educativos**. 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.

