

La comunicación hacia grupos minoritarios

Modalidad: curso e-Learning Duración: 50 horas

Categorías: Administración y gestión

OBJETIVOS

- Profundizar sobre la competitividad y management estratégico
- Profundizar sobre la organización y diversas estructuras estratégicas de la empresa.
- Saber tomar decisiones estratégicas.
- Conocer los diferentes niveles de planificación y decisión estratégica.
- Profundizar sobre el diagnóstico interno y el análisis funcional de la empresa.
- Conocer la cadena de valor y el perfil estratégico de la empresa.

CONTENIDOS

UD1.Los grupos minoritarios

1. Grupos minoritarios
2. Identificación y límites
3. Integración y cohesión social

UD2.Grupos minoritarios y las visiones externas e internas

1. Visualización por las mayorías
2. Tratados internacionales sobre los grupos minoritarios
3. Organizaciones y grupos de interés
4. Capacidad de influencia de los grupos minoritarios

UD3.Identificación y segmentación para la comunicación

1. Identificar a la audiencia
2. Análisis de entorno y de datos
3. La segmentación
4. Planificación estratégica para la comunicación

UD4.Portavoz o vocería

1. Introducción
2. Imagen e identidad
3. Construcción de confianza
4. El mensaje

UD5.Herramientas de difusión del mensaje

1. Introducción
2. La oratoria como herramienta inicial
3. Medios de comunicación
4. Grupos de interés
5. Contacto directo
6. Redes sociales