



**CURSO**

# **CÓMO SEDUCIR A TU AUDIENCIA**

DISCURSOS Y FORMACIÓN DE  
PORTAVOCES

LUIS ARROYO



**EIC**

Escuela Internacional  
de Comunicación

## PRESENTACIÓN

¿Cuáles son los orígenes y fundamentos de la opinión pública? ¿Cómo cambia y por qué? ¿Cómo se gestiona la relación con los públicos prioritarios? ¿Cuáles son las claves de un discurso persuasivo? ¿Cómo aprovechar las intervenciones en los medios de comunicación y mantener el mensaje incluso ante las circunstancias más adversas?

A estos y otros interrogantes dará respuesta este curso para identificar y reforzar el relato de la organización y optimizar el proceso y el uso de herramientas de la comunicación eficaz.

La formación permitirá a los asistentes conocer las claves principales de la comunicación de las organizaciones y ponerlas en práctica en los ámbitos específicos de las relaciones con los medios y la oratoria y retórica contemporánea.

### ¿POR QUÉ ESTE CURSO?

Este programa permite fortalecer las habilidades comunicativas de portavoces, directivos y emprendedores adquiriendo los conocimientos teóricos necesarios y poniéndolos en práctica conforme a la realidad profesional de cada perfil individual.

### ¿A QUIÉN VA DIRIGIDO?

- Profesionales y directivos de cualquier sector donde la comunicación sea una herramienta habitual.
- Estudiantes de Doctorado y Posgrado de cualquier disciplina académica.
- Emprendedores y Promotores empresariales.

## OBJETIVOS

<b>1</b>	<b>Conocer el marco teórico</b> de la comunicación estratégica en los ámbitos de la oratoria y retórica y de las relaciones con los medios de comunicación.	<b>2</b>	<b>Identificación y refuerzo del relato</b> de la organización para que sea más eficaz y persuasivo.
<b>3</b>	<b>Poner en práctica</b> las técnicas y herramientas más comunes en la comunicación de las organizaciones.	<b>4</b>	<b>Aportar los aspectos prácticos de las tareas de comunicación</b> con los equipos asignados.
<b>5</b>	<b>Optimización de los procedimientos comunicativos</b> para ser más eficaces y eficientes.	<b>6</b>	<b>Funciones y responsabilidades</b> que adopta la dirección de comunicación.
<b>7</b>	<b>Fijar el mensaje</b> para trasladar el relato de la organización.	<b>8</b>	<b>Cómo escribir y leer un discurso</b> para que las intervenciones en público sean recordadas.

## DISCURSOS DE CINE

El aprendizaje se basa en una metodología propia ("Discursos de cine") que incluye el uso del *teleprompter* como recurso didáctico para practicar con discursos históricos y con los más memorables del cine. Se explican: las claves de la mejor oratoria como poner emoción y adecuar el tono, la importancia del ritmo y la velocidad o el gestual adecuado; y las claves de la mejor retórica: cómo captar la atención desde el comienzo, la eficacia de contar historias y la anáfora, la antítesis y la tríada. Además, se practica la escritura de discursos y la lectura con *teleprompter* y con papel.

## OPINIÓN PÚBLICA

Funcionamiento del público, los orígenes de su cambio o sus resistencias al cambio. Qué es la "racionalidad limitada" y su importancia en la comunicación de las organizaciones. Se abordan: las corrientes de opinión, el efecto del enmarcado o *framing*, el manejo de las expectativas, la importancia de un buen relato, gestionar es comunicar, tribalismo y *social loafing* y tipología de las conversaciones en las redes sociales.

## MEDIA TRAINING: FORMACIÓN DE PORTAVOCES

Cómo sacar el máximo provecho a los encuentros con los medios, controlando en todo momento los canales de comunicación y el mensaje y trasladando a la audiencia una imagen acorde con el relato de nuestra organización, incluso en las situaciones más adversas. Se expone: el síndrome del foso de la orquesta; no son las preguntas, son los temas; el puente como vía para fijar mensajes; lenguaje sencillo; la mejor improvisación es la que más se prepara y adecuar el mensaje a cada canal. Se realizan entrevistas ante la cámara, visionado y recomendaciones.

**SESIONES PRÁCTICAS  
CON EJERCICIOS ADAPTADOS**



## METODOLOGÍA

Durante el curso se trabajan los conocimientos teóricos, y su puesta en práctica, con contenidos reales, abordando temas de actualidad, utilizando casos verosímiles y discursos propios de los asistentes. La formación es eminentemente práctica, con entrevistas periodísticas ante la cámara de televisión y redacción y emisión de discursos de forma individualizada, utilizando el *teleprompter* como herramienta didáctica. Durante las sesiones, los asistentes dispondrán del programa y de los materiales utilizados y recibirán recomendaciones personalizadas.

## DOCENTES

### LUIS ARROYO



**Presidente de Asesores de Comunicación Pública.** Fue hasta septiembre de 2008 director adjunto del Gabinete de la vicepresidenta primera del Gobierno de España y antes director de los gabinetes de la ministra de Vivienda y de Defensa, y de los dos secretarios de Estado de Comunicación entre 2004 y 2008. Previamente fue consejero delegado de MediaTrainers, consultor político independiente y Director de Asuntos Públicos y Comunicación de Crisis en la multinacional Edelman. Licenciado en Sociología por la Universidad Com-

plutense de Madrid. Ha sido profesor en materias relativas a la comunicación y a la gestión de crisis para instituciones en diferentes universidades e instituciones de España y de América Latina. Es autor de "El poder político en escena" (RBA) y "Los cien errores de la comunicación de las organizaciones" (ESIC).

### ÓSCAR SANTAMARÍA



**Director de Asesores de Comunicación Pública.** Durante once años ejerció como periodista, seis de ellos como corresponsal en Nueva York para medios españoles y latinoamericanos. Especializado en el diseño de estrategias de comunicación, posicionamiento de marca y asuntos públicos, ha desarrollado proyectos en España, Argentina, Venezuela o República Dominicana. Licenciado en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid y Máster en Comunicación Política e Institucional por el Instituto de Investigación Universitaria Ortega y Gasset, ha impartido clases en distintas universidades de España y América Latina. Es consultor del Banco Mundial en temas de comunicación para América Latina y el Caribe.



## INFORMACIÓN

Fechas

● **Viernes y sábados:**  
18-19 y 25-26  
de septiembre

Horario

● **Viernes:** de 17:00h a 21:00h  
**Sábados:** de 09:30h a 14:00h

Duración

● 17 horas

**PRECIO: 380 €**

## AYUDAS ECONÓMICAS

Nuestra prioridad es facilitar una formación de calidad a todas las personas interesadas en mejorar su futuro profesional.

- Descuento de un 20% por inscripción anticipada antes del 11 de septiembre de 2020.
- Condiciones especiales para profesionales en situación de desempleo.
- Condiciones especiales para los alumnos recomendados por las empresas asociadas a EIC y para antiguos alumnos.
- Infórmate de nuestras facilidades de pago.

## RESERVA DE PLAZA\*

5

Si quieres matricularte, rellena el formulario de inscripción que encontrarás en nuestra web. Una vez lo hayas enviado, te responderemos con las instrucciones necesarias para reservar tu plaza.

### ¡Las plazas son limitadas!

\*La reserva de plaza será íntegramente reembolsada hasta 7 días antes del comienzo de las clases si decides no realizar el curso.

## OBSERVACIONES

La realización definitiva del curso en las fechas previstas, está supeditada a la configuración de un grupo mínimo de asistentes.

Para obtener el diploma y certificado de la realización del curso, es necesario asistir como mínimo al 80% de las horas lectivas.

Superado este porcentaje, EIC se reserva el derecho de entrega de los certificados correspondientes.

EIC ofrece la posibilidad de diseñar todos sus programas formativos a medida para empresas e instituciones.

Curso bonificable para empresas a través de FUNDAE.

Más información e inscripciones:

C/ José Picón, 7 - 28028 Madrid

+34 911 377 365

info@eicomunicacion.com

www.eicomunicación.com

