



**Emprende
UP**
Universidad
del Pacífico



TALLER

¿CÓMO GESTIONAR TU MARCA EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN?

I. DESCRIPCIÓN DEL TALLER

El mundo está cambiando y las comunicaciones también, con ello las empresas y las personas deben adaptarse. En ese sentido, promocionar a una marca requiere de un mayor tiempo e inversión para hacerlo creíble y valioso. Será importante complementarla con otras estrategias como las relaciones públicas, siendo estrategias de comunicación de alto impacto para llegar a las audiencias de una marca y generar una buena reputación para las marcas.

II. OBJETIVO DEL TALLER

Partamos de que toda comunicación debe adaptarse a su entorno y a su audiencia. Bajo esta premisa, el taller les ayudará a conocer la lógica de los medios de comunicación en el momento de crear la noticia y cómo esta práctica se relaciona con una estrategia de relaciones públicas. Podremos pensar como un periodista y como un gestor de comunicaciones.

III. CONTENIDO

1. Las Relaciones Públicas y los conceptos del Marketing.

- Conceptos claros: ¿En qué consisten las relaciones públicas? ¿Cuáles el valor que encuentran las áreas de marketing al PR (Public Relations)? Revisaremos indicadores de medición.

2. PR dentro de una estrategia de publicidad.

- La importancia del contenido para una marca: ¿El PR es una herramienta de venta? ¿Publicidad y PR son lo mismo? ¿Cuál es el rol que juegan los contenidos?

3. Credibilidad de marca vs. Anticipación para una crisis de marca.

- Presentación de conceptos: ¿Qué significa contar con una credibilidad de marca? ¿Cómo nos anticipamos, como marca, ante una crisis?

4. La lógica de los medios de comunicación en Perú

- A través de casos podrán conocer cómo funciona la creación de noticia por parte de los periodistas. ¿La noticia también es un contenido? ¿Cómo podemos generar valor a nuestras marcas al conocer esta lógica?



5. Capacitación de voceros

- Desarrollar todos los conceptos y acciones para entrenar a un vocero. A través de su discurso, lenguaje corporal y conexión con la audiencia. Diseño de herramientas específicas para una esperada performance.

6. Creando contenidos de valor para audiencias

- Salgamos de la caja: Se diseñarán contenidos propios de una estrategia de PR que permita la creación de relaciones a largo plazo con la prensa. Esta una forma de promoción pensando en la noticia.

7. PR Digital

- ¿Qué significa? ¿Cómo se vincula a los nuevos medios de comunicación disponibles en las redes sociales?

8. Casos y más casos.

- Se presentarán diversos casos desde múltiples sectores para evaluar juntos el despliegue del plan de relaciones públicas.

IV. METODOLOGÍA DE LA ENSEÑANZA

Se dará prioridad al lado práctico sin descuidar el lado teórico. Pensamos que desde la práctica un conocimiento siempre tendrá una mayor aplicación y valor.

V. BIBLIOGRAFÍA Y OTRAS REFERENCIAS RECOMENDADAS

Se le irá compartiendo contenidos durante las seis sesiones. Además se compartirá material audiovisual.



VI. DATOS DE LOS FACILITADORES



RENATO AGUILAR

Director de
REIVA

Director de Reiva, empresa de comunicación corporativa especializada en prensa. Egresado de la carrera Ciencias y Artes de la Comunicación, especialidad en Publicidad en la Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP).

Con más de 10 años de experiencia relaciones públicas y prensa. Especialista en la elaboración e implementación de estrategias de comunicación externa para cualquier sector.

Mail: renato@reiva.pe

Cel: 993-912-760





Universidad del Pacífico – Pabellón H
Jirón Sánchez Cerro 2121, Jesús María
(+51 1) 219-0100 anexos 2119 o 2633
emprendeup.pe