

Especialización Profesional

Opinión Pública



tech formación
profesional



Especialización Profesional Opinión Pública

Modalidad: Online

Titulación: TECH Formación Profesional

Duración: 6 meses

Horas: 450

Acceso web: www.tech-fp.com/administracion-gestion/especializacion-profesional/opinion-publica

Índice

01

Presentación

pág. 4

02

Requisitos de acceso

pág. 6

03

Salidas profesionales

pág. 8

04

¿Qué seré capaz de hacer al finalizar la Especialización Profesional?

pág. 10

05

Plan de formación

pág. 12

06

Metodología

pág. 16

07

Titulación

pág. 20

01

Presentación

Gozar de una opinión pública favorable es esencial para garantizar el éxito en la actividad empresarial. Gracias a ello, las empresas alcanzan un elevado prestigio social que desemboca en un aumento de las ventas de sus productos o servicios. Para alcanzar esta posición e incrementar sus beneficios, las compañías se rodean de profesionales capaces de diseñar planes comunicativos que generen sensaciones positivas en el público. Esta capacitación de TECH favorecerá tu incursión laboral en ese ámbito mediante la asimilación de destrezas prácticas. Durante este programa académico, dominarás los distintos modelos de influencia mediática y las técnicas más actualizadas para analizar el pensamiento colectivo. Todo ello, con una metodología 100% online que te posibilitará obtener un aprendizaje optimizado desde tu propio hogar.

“

Mediante esta capacitación de TECH, dominarás las técnicas más actualizadas de investigación de la opinión pública para adaptar las estrategias comunicativas con base en los resultados obtenidos”





La opinión pública se define como la expresión o la valoración mayoritaria dentro de una sociedad respecto a un tema o debate de interés. En el ámbito empresarial, este aspecto es sumamente relevante para observar la reputación que transmite una compañía. Así, una imagen favorable se traducirá en un incremento de sus ventas. Por ello, las empresas solicitan profesionales altamente cualificados en esta materia para orientarles hacia una relación positiva con los consumidores.

Es por esto que TECH ha creado esta Especialización Profesional con la intención de facilitar tu acceso a estas oportunidades laborales. Mediante sus módulos de aprendizaje intensivo, identificarás cómo se gestan los temas mediáticos según las estrategias comunicativas y los intereses de todo tipo. De la misma manera, dominarás los diferentes métodos del *lobby* o analizarás cómo se modifica la opinión pública en épocas de elecciones.

Este programa académico dispone de una metodología 100% online que te permitirá compatibilizar tu aprendizaje con tu propia vida personal. Además, accederás a materiales didácticos en multitud de soportes tales como el resumen interactivo o el vídeo explicativo. Gracias a esto, podrás completar tus objetivos y acceder a excelentes oportunidades laborales de un modo rápido y flexible.

“ *Esta Especialización Profesional te permitirá apreciar las modificaciones de la opinión pública en diferentes contextos políticos y económicos* ”

02

Requisitos de acceso

Esta titulación no exige ningún requisito de acceso previo al alumno. Esto quiere decir que, para inscribirse y completar el programa, no es necesario haber realizado ningún estudio de forma previa, ni resulta obligatorio cumplir ninguna otra clase de criterio preliminar. Esto te permitirá matricularte y comenzar a aprender de forma inmediata, y sin los complejos trámites exigidos por otras instituciones académicas.

Gracias a este acceso inmediato conseguirás potenciar y poner al día tus conocimientos de un modo cómodo y práctico. Lo que te posicionará fácilmente en un mercado laboral altamente demandado y sin tener que dedicar cientos de horas a estudiar formación reglada previa.

Por todo ello, este programa se presenta como una gran oportunidad para mejorar tus perspectivas de crecimiento profesional de forma rápida y eficiente. Todo esto, a través de un itinerario académico 100% online y con la garantía de calidad, prestigio y empleabilidad de TECH Formación Profesional.

“

TECH te permite el acceso inmediato a esta titulación, sin requerimientos previos de ingreso ni complejos trámites para matricularte y completar el programa”





Las ventajas de cursar este programa sin necesidad de cumplir requisitos de acceso previo son:

01

Podrás matricularte inmediatamente y comenzar a estudiar cuando quieras. A tu ritmo y sin esperas

02

Tendrás acceso a un programa de alto valor curricular, donde podrás adquirir las habilidades profesionales más demandadas en la actualidad de un modo práctico

03

Mejorarás tus perspectivas laborales en tan solo unas semanas

04

Tendrás acceso a los recursos didácticos multimedia más avanzados del mercado educativo

05

Te prepararás para responder a las necesidades actuales del mercado profesional aprendiendo mediante un formato 100% online

06

Obtendrás una titulación de TECH, una institución académica de referencia a nivel internacional

03

Salidas profesionales

En plena era de las redes sociales y la comunicación multidireccional, disponer de una opinión pública favorable es elemental para extraer el máximo rendimiento en la actividad empresarial. Por ello, cada vez más empresas contratan profesionales que dominen la generación de sensaciones positivas en los clientes. Ante esta circunstancia, TECH ha creado este programa académico, con el objetivo de favorecer tu incursión en este mercado laboral en auge.

“

Con esta titulación adquirirás un compendio habilidades teórico-prácticas con las cuales impulsarás tu perfil y serás apto para asumir disímiles responsabilidades laborales”





Esta titulación, en definitiva, te convertirá en un gran especialista preparado para trabajar en alguno de los siguientes puestos:

- ◆ Encuestador
- ◆ Auxiliar administrativo
- ◆ Asistente de dirección
- ◆ Administrativo comercial
- ◆ Responsable de atención al cliente
- ◆ Técnico de Marketing
- ◆ Recepcionista
- ◆ Técnico en Publicidad
- ◆ Auxiliar de medios en empresas de publicidad
- ◆ Técnico en estudios de mercado y opinión pública



04

¿Qué seré capaz de hacer al finalizar la Especialización Profesional?

Tras la finalización de esta Especialización Profesional, estarás en disposición de analizar el concepto de opinión pública, atendiendo al papel que desempeñan cada uno de los actores que la configuran. De esta forma, identificarás aspectos como la influencia de las ONG en el entorno político y regulatorio a nivel internacional.

01

Realizar análisis críticos de la realidad social a partir de su lectura sociológica

02

Diferenciar los aspectos sociológicos, económicos y jurídicos que influyen en la comunicación publicitaria y en el desarrollo de las relaciones públicas

03

Manejar los conceptos básicos y los modelos teóricos de la comunicación humana, sus elementos y sus características, así como el papel que esta desempeña en los procesos publicitarios y las relaciones públicas

04

Identificar las múltiples expresiones, fenómenos y procesos de la opinión pública





05

Relacionar la publicidad y las relaciones públicas de manera coherente con otras ciencias sociales y humanas

06

Fomentar la creatividad y la persuasión a través de los diferentes soportes y de los diferentes medios de comunicación

07

Distinguir los principales debates y acontecimientos mediáticos derivados de la coyuntura actual y cómo se gestan y difunden según las estrategias comunicativas y los intereses de todo tipo

08

Descubrir las herramientas significativas y apropiadas para el estudio de la publicidad y las relaciones públicas

05

Plan de formación

Esta Especialización Profesional posee un plan de estudios constituido por 3 módulos a través de los que ahondarás en todos los aspectos que conforman la Opinión Pública a nivel internacional, así como en los grupos de presión que la condicionan. Además, los materiales didácticos de los que dispondrás están presentes en diversos formatos textuales e interactivos, con el objetivo de favorecer un aprendizaje basado en tus requerimientos personales y académicos.

“

Un programa 100% online en el que alcanzarás un aprendizaje a tu propio ritmo sin la necesidad de realizar incómodos desplazamientos a centros de estudio”



Módulo 1. Sociología general

- 1.1. Fundamentos históricos de la sociología
 - 1.1.1. Origen
 - 1.1.2. Concepto y objeto
 - 1.1.3. Preliminares de su formación
 - 1.1.3.1. Augusto Comte
 - 1.1.3.2. Herbert Spencer
 - 1.1.3.3. Emilio Durkheim
 - 1.1.3.4. Carl Marx
 - 1.1.3.5. Max Webber
 - 1.1.4. La sociología y las ciencias sociales
- 1.2. Relaciones sociales predominantes
 - 1.2.1. Sociedad y población
 - 1.2.2. Grupos sociales
 - 1.2.3. Rol social
 - 1.2.4. Tipos de relaciones sociales
 - 1.2.5. Clases sociales
- 1.3. Estructura y organización social
 - 1.3.1. La familia
 - 1.3.2. La escuela
 - 1.3.3. Los medios de comunicación
 - 1.3.4. La nación y el Estado
 - 1.3.5. La iglesia
 - 1.3.6. Educación y procesos de socialización
 - 1.3.7. Cultura, sociedad e individuo
 - 1.3.8. Instituciones sociales
- 1.4. Desarrollo y evolución de la sociología del derecho
 - 1.4.1. Conceptos básicos
 - 1.4.1.1. Poder
 - 1.4.1.2. Legitimidad
 - 1.4.1.3. Legalidad
 - 1.4.2. Política y sus implicaciones
 - 1.4.3. Origen y desarrollo de la sociología del derecho
- 1.5. Corrientes de la sociología jurídica
 - 1.5.1. Vida social y vida jurídica
 - 1.5.2. Funciones sociales del derecho
 - 1.5.3. La sociología y su relación con el derecho
- 1.6. Normas y roles
 - 1.6.1. Del abogado
 - 1.6.2. Del juzgador
 - 1.6.3. De la policía
 - 1.6.4. Roles y partes en los procesos jurídicos
 - 1.6.5. Fiscales
 - 1.6.6. Actores
 - 1.6.7. Demandados
 - 1.6.8. Víctimas
 - 1.6.9. El pluralismo jurídico y los grupos indígenas
 - 1.6.10. Validez y eficacia del derecho
 - 1.6.11. Control social
 - 1.6.12. Orden contra represión
 - 1.6.13. El derecho como instrumento de control
- 1.7. Clases sociales y estratificación social
 - 1.7.1. Concepto de estratificación social
 - 1.7.2. Teoría de clases sociales

- 1.8. Cambio social
 - 1.8.1. Evolución y cambio social
 - 1.8.2. Factores y condiciones del cambio social
 - 1.8.3. Agentes de cambio social
- 1.9. Instituciones jurídicas sociales
 - 1.9.1. Relación Estado - Constitución
 - 1.9.2. Administración e impartición de justicia
 - 1.9.3. Fuerzas conservadoras y reformadoras del derecho
 - 1.9.4. Fuerzas sociales que actúan sobre la legislación
 - 1.9.5. Influencia social en el proceso de creación normativa
 - 1.9.6. Visión social de la aplicación de la ley
- 1.10. Pensamiento contemporáneo en México
 - 1.10.1. Principales escuelas sociológicas y sus exponentes
 - 1.10.2. Tendencias sociológicas contemporáneas
 - 1.10.3. Desarrollo y evolución del pensamiento social en México
- 2.3. Psicología social y opinión pública
 - 2.3.1. Introducción
 - 2.3.2. Variables psicosociales en la relación de los entes persuasivos con sus públicos
 - 2.3.3. El nombre
 - 2.3.4. El conformismo
- 2.4. Modelos de influencia mediática
 - 2.4.1. Introducción
 - 2.4.2. Modelos de influencia mediática
 - 2.4.3. Tipos de efectos de los medios de comunicación
 - 2.4.4. La investigación de los efectos de los medios
 - 2.4.5. El poder de los medios
- 2.5. Opinión pública y comunicación política
 - 2.5.1. Introducción
 - 2.5.2. La comunicación política electoral. La propaganda
 - 2.5.3. La comunicación política de los Gobiernos

Módulo 2. Opinión pública

- 2.1. El concepto de Opinión Pública
 - 2.1.1. Introducción
 - 2.1.2. Definición
 - 2.1.3. La opinión pública como fenómeno racional y como forma de control social
 - 2.1.4. Fases del crecimiento de la opinión pública como disciplina
 - 2.1.5. El siglo XX
- 2.2. Marco teórico de la opinión pública
 - 2.2.1. Introducción
 - 2.2.2. Perspectivas de la disciplina de la opinión pública en el siglo XX
 - 2.2.3. Autores del siglo XX
 - 2.2.4. Walter Lippmann: la opinión pública sesgada
 - 2.2.5. Jürgen Habermas: la perspectiva político-valorativa
 - 2.2.6. Niklas Luhmann: la opinión pública como modalidad comunicativa
- 2.6. Opinión pública y elecciones
 - 2.6.1. Introducción
 - 2.6.2. ¿Influyen las campañas electorales en la opinión pública?
 - 2.6.3. El efecto de los medios en campaña electoral como refuerzo de las opiniones
 - 2.6.4. Los efectos *bandwagon* y *underdog*
- 2.7. Gobierno y opinión pública
 - 2.7.1. Introducción
 - 2.7.2. Los representantes y sus representados
 - 2.7.3. Los partidos políticos y la opinión pública
 - 2.7.4. Las políticas públicas como expresión de la acción de gobierno
- 2.8. La intermediación política de la prensa
 - 2.8.1. Introducción
 - 2.8.2. Los periodistas como intermediadores políticos
 - 2.8.3. Disfunciones de la intermediación periodística
 - 2.8.4. La confianza en los periodistas como intermediadores

- 2.9. Esfera pública y modelos emergentes de democracia
 - 2.9.1. Introducción
 - 2.9.2. La esfera pública en la sociedad de la información
 - 2.9.3. Modelos emergentes de democracia
- 2.10. Métodos y técnicas de investigación de la opinión pública
 - 2.10.1. Introducción
 - 2.10.2. Las encuestas de opinión
 - 2.10.3. Tipos de encuestas
 - 2.10.4. Análisis

Módulo 3. Grupos de presión y persuasión

- 3.1. Introducción al Lobby
 - 3.1.1. ¿Qué es un lobby?
 - 3.1.2. Orígenes del Lobby
 - 3.1.3. Las estrategias de *Public Affairs*
- 3.2. El Lobista
 - 3.2.1. Un día en la vida de un profesional del Lobby
 - 3.2.2. Lobby, vocación o formación
 - 3.2.3. Las diez cualidades de un buen lobista
- 3.3. Fundamentos del Lobby
 - 3.3.1. Movilización en entornos digitales
 - 3.3.2. Los clientes
 - 3.3.3. El Lobby y la internacionalización
- 3.4. El Lobby en las pequeñas empresas
 - 3.4.1. Asociación
 - 3.4.2. Acercamiento
 - 3.4.3. Anticipación
 - 3.4.4. Activación
 - 3.4.5. Acceso
 - 3.4.6. Evaluación
- 3.5. Casos de Estudio
 - 3.5.1. Colaboración Público-privada: El Caso de Foropp
 - 3.5.2. Un caso de éxito: La introducción a la tecnología híbrida
 - 3.5.3. Caso "Varicela y salud pública"
- 3.6. Estrategias del Lobby
 - 3.6.1. Una visión de los Lobbies desde la administración pre legisladora
 - 3.6.2. El Efecto Mariposa
 - 3.6.3. Luz y Taquígrafos
- 3.7. Lobbies en los medios de comunicación
 - 3.7.1. Los grupos de presión en Internet y en las redes sociales
 - 3.7.2. Redes sociales más utilizadas por los Lobbies
- 3.7.3 Lobbies en medios de comunicación convencionales
- 3.8. Tipos de grupos
 - 3.8.1. Grupos de opinión
 - 3.8.2. Grupos de interés
 - 3.8.3. Grupos de poder
- 3.9. Clases de grupos de presión
 - 3.9.1. Según su aspecto organizativo
 - 3.9.2. Según su naturaleza jurídica
 - 3.9.3. Según sus fines, objetivos e intereses
- 3.10. Aspectos positivos y negativos del Lobby
 - 3.10.1. Aspectos positivos
 - 3.10.2. Aspectos negativos
 - 3.10.3. Visión de los lobistas

06

Metodología

Nuestra institución es la primera en el mundo que combina la metodología de los *case studies* con un sistema de aprendizaje 100% online basado en la reiteración, que combina elementos didácticos diferentes en cada lección.

Potenciamos los case studies con el mejor método de enseñanza 100% online: el *Relearning*.

TECH pone a tu disposición un método de aprendizaje que ha revolucionado la Formación Profesional y con el que mejorarás tus perspectivas de futuro de forma inmediata.

En TECH aprenderás con una metodología vanguardista concebida para capacitar a los profesionales del futuro. Este método, a la vanguardia pedagógica mundial, se denomina *Relearning*.

Nuestra institución es la única en habla hispana licenciada para emplear este exitoso método. En 2019 conseguimos mejorar los niveles de satisfacción global de nuestros alumnos (calidad docente, calidad de los materiales, estructura del curso, objetivos...) con respecto a los indicadores del mejor centro educativo online en español.



Esta titulación de TECH es un programa intensivo que te prepara para afrontar todos los retos en esta área, tanto en el ámbito nacional como internacional. Tenemos el compromiso de favorecer tu crecimiento personal y profesional, la mejor forma de caminar hacia el éxito, por eso en TECH utilizarás los *case studies*, la metodología de enseñanza más avanzada y eficaz del mercado educativo.

“ *Nuestro programa te proporciona las mejores habilidades profesionales, preparándote para afrontar todos los retos actuales y futuros en esta área*”

El método del caso ha sido el sistema de aprendizaje más utilizado por las mejores escuelas de negocios del mundo desde que éstas existen. Desarrollado en 1912 para que los estudiantes de Derecho no solo aprendiesen las leyes a base de contenidos teóricos, el método del caso consistió en presentarles situaciones complejas reales para que tomaran decisiones y emitieran juicios de valor fundamentados sobre cómo resolverlas.

Ante una determinada situación, ¿qué harías tú? Esta es la pregunta a la que te enfrentamos en el método del caso, un método de aprendizaje orientado a la acción. A lo largo del curso, te enfrentarás a múltiples casos reales. Deberás integrar todos tus conocimientos, investigar, argumentar y defender tus ideas y decisiones.



En este programa tendrás acceso a los mejores materiales educativos, preparados a conciencia para ti:



Material de estudio

Todos los contenidos didácticos son creados por los especialistas que van a impartir el curso, específicamente para él, de manera que el desarrollo didáctico sea realmente específico y concreto.

Estos contenidos son aplicados después al formato audiovisual que creará nuestra manera de trabajo online, con las técnicas más novedosas que nos permiten ofrecerte una gran calidad, en cada una de las piezas que pondremos a tu servicio.



Clases magistrales

Existe evidencia científica sobre la utilidad de la observación de terceros expertos.

El denominado *Learning from an expert* afianza el conocimiento y el recuerdo, y genera seguridad en nuestras futuras decisiones difíciles.



Prácticas de habilidades y competencias

Realizarás actividades de desarrollo de competencias y habilidades específicas en cada área temática. Prácticas y dinámicas para adquirir y desarrollar las destrezas y habilidades que un especialista precisa desarrollar en el marco de la globalización que vivimos.



Lecturas complementarias

Artículos recientes, documentos de consenso, guías internacionales... En nuestra biblioteca virtual tendrás acceso a todo lo que necesitas para completar tu capacitación.





Case Studies

Completarás una selección de los mejores *case studies* de la materia. Casos presentados, analizados y tutorizados por los mejores especialistas del panorama internacional.



Resúmenes interactivos

Presentamos los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audio, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

Este sistema exclusivo educativo para la presentación de contenidos multimedia fue premiado por Microsoft como "Caso de éxito en Europa".



Testing & Retesting

Evaluamos y reevaluamos periódicamente tu conocimiento a lo largo del programa. Lo hacemos sobre 3 de los 4 niveles de la Pirámide de Miller.



07

Titulación

La Especialización Profesional en Opinión Pública garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a un título de Especialización Profesional expedido por TECH.

Tras la superación de las evaluaciones, el alumno recibirá por correo postal con acuse de recibo su correspondiente Título de Especialización Profesional emitido por TECH.

El título expedido por TECH expresará la calificación que haya obtenido en la Especialización Profesional, y reunirá los requisitos comúnmente exigidos por las bolsas de trabajo, oposiciones y comités evaluadores carreras profesionales.

Título: **Especialización Profesional en Opinión Pública**

Modalidad: **Online**

Horas: **450**



salud futuro
confianza personas
educación información tutores
garantía acreditación enseñanza
instituciones tecnología aprendizaje
comunidad compromiso
atención personalizada innovación
conocimiento presentaciones
desarrollo web formación
aula virtual idiomas instituciones

tech formación profesional

Especialización Profesional Opinión Pública

Modalidad: Online

Titulación: TECH Formación Profesional

Duración: 6 meses

Horas: 450

Especialización Profesional

Opinión Pública

