

---

## INTRODUCCIÓN E INICIACIÓN: JEFE DE PRENSA Y COMUNICACIÓN

El periodismo tiene muchas opciones laborales. Una de ellas, con mucho desarrollo en el último tiempo, es la posición de Jefe de Prensa y Comunicación en instituciones deportivas o de otras áreas. Este curso se propone que los futuros profesionales logren el entendimiento y análisis de la importancia de su labor en empresas, eventos y/o ejerciendo la comunicación de personalidades así como dotarlos de las herramientas necesarias para que la oferta ante los empleadores sea sólida y, de este modo, ambas partes resulten beneficiadas.

**DOCENTE:** Guido Cristiani (\*)

**FORMATO:** 4 clases

**MODALIDAD:** virtual

**HORARIO:** miércoles de 16.30 a 18.30hs

**FECHA:** Inicia 20 de mayo

**COSTO:** Alumnos, egresados y socios del CPD 90.000. Externos: 100.000 (\*\*)

(\*) Técnico superior en Periodismo con especialización en Deportes (Escuela CPD) y Productos periodístico. Coordinador y Jefe de Prensa y Comunicación hace 15 años del Club Atlético Huracán y Fénix Entertainment Group. Jefe de prensa de Emanuel Ginóbili, Paula Pareto, Lucha Aymar y Sebastián Crismanich, entre otros.

(\*\*) El arancel está expresado en pesos argentinos. La Escuela se reserva el derecho de suspender el curso con 72 horas de anticipación en caso de no alcanzar el cupo mínimo de asistentes. En caso de no asistir al curso, el pago no será reembolsado. Todo cambio o baja de curso se podrá realizar hasta 7 días corridos antes de su inicio, caso contrario el arancel no tendrá devolución.

**Clase 1. Aprendizaje.** Su vinculación y/o diferenciación con periodismo, rpp, marketing, cm y representación. Imagen institucional. La importancia de la prensa, su relacionamiento y conexión diaria con el jefe de prensa

**Clase 2. Modalidades en la versión jefatura de prensa.** Diferenciación entre prensa institucional, eventos, personalidades deportivas, políticas y/o perfil a exponer. Diferenciación entre búsqueda y/o ofrecimiento del servicio. Diferenciación en duración de trabajos. Plazos laborales. Variación en el plan de trabajo. Análisis previo de acuerdo al cliente. Plazos laborales. Búsqueda objetivo común. Prensa no pauta. Variación del foco.

**Clase 3. Elaboración de comunicados y gacetillas.** Formas de envío. Inclusión de contenidos audiovisuales. Branding digital. Sinergia en Webs, Redes. Televisivo y/o radial. Novedoso YouTube y streaming. Claves del relacionamiento de medios. Formación de vínculos con el medio y/o periodista.

**Clase 4. Diferenciación con voceros y CM.** Experiencia en primera persona. Creación de un perfil. Activación y conocimiento interno. Clipping su elaboración y contenido. Gradual. Calidad por sobre

cantidad. Manejos en momentos de crisis. Cómo proyectar la salida laboral y su búsqueda.  
Elaboración y clasificación de base de contactos.