



Cómo hacer un plan estratégico de comunicación [: Volumen I : Un modelo de planificación estratégica, paso a paso /

Matilla, Kathy

UOC,
2018.

Recurso Electrónico

En estos tiempos en que los índices de lectura cotizan claramente a la baja, la Colección Dircom ha decidido realizar una apuesta a la contra y publicar un título nada más y nada menos que en cuatro volúmenes. En esta obra se realizan aportaciones para que los profesionales de la comunicación se documenten y puedan aplicar en su quehacer diario lo que aparece impreso en estas páginas, cuando hay que hacer frente al diseño de un plan estratégico de comunicación. Porque precisamente ese es el propósito de esta obra: mostrar, paso a paso, cómo elaborar un plan estratégico de comunicación, desde la perspectiva de las relaciones públicas y de la comunicación corporativa, aportando un modelo para la acción. El objetivo principal de este primer volumen, obra de la doctora Kathy Matilla, se focaliza en describir cada una de las etapas que deben seguirse para diseñar y ejecutar un plan estratégico, desde el diagnóstico inicial para fijar el logro de objetivos hasta la evaluación final de los resultados. [Fuente: eLibro]

<https://rebiunoda.pro.baratznet.cloud:28443/OpacDiscovery/public/catalog/detail/b2FpOmNlbGVicmF0aW9uOmVzLmJhemF0ei5yZW4vMzAwMDMzNjg>

Título: Cómo hacer un plan estratégico de comunicación [Recurso electrónico] : Volumen I : Un modelo de planificación estratégica, paso a paso Kathy Matilla [aut. y ed.] ; prólogo de Montserrat Tarrés ; [Joan Cuenca Fontbona, Guillem Marca Francés, Andréa Oliveira dos Santos].

Edición: 1ª ed. digital

Editorial: Barcelona UOC 2018.

Descripción física: 1 archivo.

Mención de serie: Dircom, Asociación de Directivos de Comunicación

Bibliografía: Referencias bibliográficas: p. 209-281.

Contenido: Prólogo -- Presentación -- El objeto de estudio: la estrategia, la estrategia aplicada a la comunicación y la planificación estratégica -- Las etapas de la planificación estratégica y el modelo RACE: Etapa 1: Investigación

(información e investigación preliminar) ; Etapa 2: Acción (estrategia) ; Etapa 3: Comunicación (táctica) ; Etapa 4: Control y evaluación -- Introducción: Introducción ; Un modelo global de planificación estratégica en comunicación. Paso a paso ; Resumen -- Referencias bibliográficas -- Autores

Restricciones de acceso: Acceso restringido a los usuarios de la Universidad Nebrija. Limitaciones de impresión, copia y descarga.

Detalles del sistema: Ordenador con navegador de Internet

ISBN: 978-84-9180-056-9 978-84-9180-060-6 ed. electrónica)

Materia: Comunicación empresarial- En línea Planificación estratégica- En línea

Autores: Marca, Guillem Oliveira dos Santos, Andréa Cuenca Fontbona, Joan Tarrés Ferrán, Montserrat

Baratz Innovación Documental

- Gran Vía, 59 28013 Madrid
- (+34) 91 456 03 60
- informa@baratz.es