



**Robin Laight**  
Capacitaciones en Comunicación

## **PROGRAMA COMO HACER PRENSA. INTEGRANDO LAS REDES SOCIALES**



Lic. Robin Laight

### **OBJETIVOS**

Dar a conocer el funcionamiento de los medios de comunicación y las Redes Sociales Facebook, LinkedIn, Twitter, YouTube, Slideshare, etc; el pensamiento de los periodistas y las presiones que reciben, y las herramientas para lograr que le dediquen espacio a las informaciones de prensa, a fin de aumentar el conocimiento público de los clientes o empresas y posicionarlos como referentes objetivos de la opinión pública.

### **PROGRAMA**

12 pasos para diseñar y gestionar una Estrategia de Prensa. Información relevante y de importancia para los medios de comunicación. Información con la que debe contar un responsable de prensa para realizar una gestión efectiva ante los medios de comunicación. Elección de los medios de comunicación adecuados para la información que se debe difundir. Medios Sociales. Webs de medios de Comunicación. Newsletter electrónicos. Blogs. Redes Sociales: Facebook, LinkedIn, Twitter, YouTube, Pinterest, Slideshare, entre otras. Como realizar convenios con Media Partners o Sponsors. Elaboración de una base de datos de medios de comunicación y contacto con los periodistas. Materiales necesarios que los clientes deben proveer a fin de conseguir una gestión de prensa efectiva. Anticipación con la que deben enviarse las informaciones a los medios de comunicación (fechas de cierre de las ediciones, conferencias de prensa, etc.) Elaboración de una carpeta o dossier de prensa para enviar a los medios de comunicación: qué elementos incluir, cómo diagramar y redactar la información de prensa. Difusión de una misma información en diferentes secciones de los medios de comunicación. Herramientas de prensa para gestionar notas, enviar sumarios, artículos preredactados, etc. a los medios de comunicación y generar interés en los periodistas para lograr exposición mediática. Relación entre asesor de prensa y cliente. Bibliografía sugerida.

### **CAPACITADOR: ROBIN LAIGHT**





**Robin Laight**

Capacitaciones en Comunicación

Doctorando en Comunicación Social y Licenciado en Ciencias de la Comunicación, con especialización en Publicidad, por la Universidad del Salvador, de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. En el 2000 fundó Robin Laight, Estrategias de Prensa y Comunicación. Desde entonces, ha asesorado a más de 47 empresas e instituciones, en cerca de 84 campañas. Ha realizado los siguientes cursos de Prensa y Comunicación: "Gerenciamiento en Prensa y Difusión", Mar del Plata, "Cómo hacer campañas de Prensa exitosas", Daniel Colombo, Asociación Argentina de Marketing, "Hacer Prensa. Herramientas para Comunicar", María Inés Viturro, Artillería, "Taller de Prensa", Adrián Pignatelli, Escuela Radiofónica de Estudios Terciarios, "Comunicación Empresarial y Organizacional", Ignacio Horton, Licencomunicacion.com.ar, "Imagen Corporativa", Alejandro Paolini, Artillería, "Programa de Comunicación Institucional 2003", Federico Rey Lennon, Universidad Austral, "Como Armar el Plan de Comunicaciones en Nuestra Organización", Fundación Compromiso, "Las ONGs y su Relación con los Medios de Comunicación. Cómo Mejorar la actividad de Prensa", Fundación Del Viso, entre otros.