ICUFOR
Cursos de Formación Permanente Universitaria

Curso de Formación Permanente

Comunicación ante los Medios: Fundamentos y Preparación de Entrevistas

6 ECTS | 150 horas | Online, a tu ritmo

Formación acreditada por
Universidad de Vitoria-Gasteiz EUNEIZ



Acerca de ICUFOR

ICUFOR es un centro privado de formación online, Centro Acreditado y Autorizado por la Universidad EUNEIZ de Vitoria-Gasteiz. Diseñamos e impartimos Cursos de Formación Permanente universitarios, pensados para la actualización y la especialización de profesionales en activo.

Nuestros cursos se estudian a tu ritmo en un campus virtual propio y terminan con el diploma de la Universidad EUNEIZ y con certificados de ICUFOR verificables.

Centro acreditado
Universidad EUNEIZ

100 % online
Campus virtual propio

Equipo docente
Disponible todo el curso



Metodología de estudio

Campus virtual propio
Estudias desde cualquier lugar y dispositivo, sin horarios.

Aprendizaje autónomo, pero acompañado
Tú marcas el ritmo y nuestro equipo de docentes resuelve tus dudas y orienta tu estudio.

Contenido del curso en PDF
El material principal, para estudiarlo a fondo, tema a tema.

Abstract de cada tema
Su síntesis, para situarte al empezar y repasar al final.

Presentación con los aspectos clave
Lo esencial de cada bloque, para jerarquizar y fijar.

Cuestionarios de evaluación
De respuesta múltiple, uno por tema.



Campus virtual

Mis cursos
Tu progreso y el siguiente tema por estudiar

Materiales
Contenido en PDF, Abstract y presentación con los aspectos clave

Cuestionarios de evaluación
Tu nota y la revisión de tus respuestas

Equipo docente
Consulta por escrito, chat y asesor de IA a cualquier hora

Secretaría
Certificados en PDF con código de verificación

Pagos y facturas
Descarga de facturas en PDF



Presentación del programa



Adquiere las herramientas necesarias para desenvolverte con seguridad y profesionalidad en cualquier interacción con los medios de comunicación. En un contexto donde la imagen pública y el manejo del discurso resultan determinantes para instituciones, empresas y profesionales, dominar las técnicas de comunicación mediática se ha convertido en una competencia imprescindible. Desde ICUFOR te ofrecemos una formación especializada que te permitirá afrontar entrevistas, ruedas de prensa y comparecencias públicas con la preparación que estos escenarios exigen.

A lo largo del programa profundizarás en los fundamentos teóricos de la comunicación mediática, el funcionamiento del ecosistema informativo actual y las claves para construir relaciones sólidas con periodistas.

Duración
150 horas

Créditos
6 Créditos ECTS

Metodología
Online

Matriculación
Permanente

Objetivos del curso

Comprender los fundamentos teóricos y éticos de la comunicación mediática, identificando los modelos conceptuales y principios deontológicos que rigen la interacción profesional con los medios de comunicación.

Dominar las técnicas de gestión de la relación con periodistas y medios, aplicando estrategias de comunicación proactiva, protocolos de atribución de la información y procedimientos de seguimiento y evaluación de la cobertura obtenida.

Desarrollar competencias de comunicación no verbal y gestión de la imagen personal, utilizando técnicas de control vocal, expresión corporal y manejo del estrés comunicativo ante cámaras y micrófonos.

Analizar el ecosistema mediático contemporáneo, diferenciando la estructura, los actores, las dinámicas informativas y las tendencias que condicionan la producción y el consumo de noticias en medios tradicionales y digitales.

Diseñar mensajes mediáticos estratégicos, elaborando argumentarios, mensajes clave y narrativas persuasivas adaptadas al medio, al formato y a la audiencia destinataria.

Clasificar las distintas tipologías de entrevistas y comparecencias mediáticas, distinguiendo sus características diferenciales según el canal, el formato y la finalidad comunicativa para adaptar la preparación a cada contexto específico.

Objetivos del curso

Aplicar una metodología integral de preparación y respuesta en entrevistas mediáticas, implementando técnicas avanzadas de anticipación de preguntas, control del discurso y manejo de situaciones complejas, incluyendo contextos de crisis comunicativa.

Incorporar las competencias propias de la comunicación digital y la evaluación del desempeño comunicativo, diseñando planes de mejora continua fundamentados en el análisis de indicadores de eficacia y en la adaptación a los nuevos formatos y plataformas del entorno mediático.

Temario

01 Fundamentos teóricos y conceptuales de la comunicación ante los medios

1.1. Concepto y alcance de la comunicación mediática en el ámbito profesional e institucional
1.2. Evolución histórica de la relación entre fuentes informativas y medios de comunicación
1.3. Modelos teóricos de comunicación aplicados a la interacción con los medios
1.4. Principios éticos y deontológicos en la comunicación ante los medios
1.5. Competencias profesionales del comunicador ante los medios: perfil, funciones y responsabilidades

02 El ecosistema mediático contemporáneo: estructura, actores y dinámicas informativas

2.1. Estructura y tipología de los medios de comunicación en la actualidad
2.2. Funcionamiento interno de las redacciones y procesos de producción informativa
2.3. El papel del periodista: expectativas profesionales, necesidades informativas y dinámicas de trabajo
2.4. La audiencia como destinatario final del mensaje: segmentación, consumo informativo y capacidad de atención
2.5. Tendencias actuales en el ecosistema mediático
2.6. Implicaciones del conocimiento del ecosistema mediático para la estrategia de comunicación

Temario

03 Gestión de la relación con los periodistas y los medios de comunicación

3.1. Principios de la relación profesional entre comunicadores y periodistas
3.2. Construcción y mantenimiento de una red de contactos mediáticos
3.3. Comunicación proactiva con los medios: herramientas y estrategias de noticiabilidad
3.4. Gestión de la atribución de la información: declaraciones on the record, off the record y on background
3.5. Protocolo de actuación y seguimiento tras la interacción con los medios

Temario

04 Construcción estratégica del mensaje para medios de comunicación

4.1. Principios fundamentales de la elaboración de mensajes mediáticos eficaces
4.2. El concepto de mensaje clave (key message): definición, jerarquización y articulación
4.3. Uso estratégico de datos, ejemplos y recursos retóricos en el discurso mediático
4.4. Storytelling y narrativa aplicada: técnicas para conectar emocionalmente con la audiencia
4.5. Lenguaje inclusivo, accesible y adaptado a audiencias diversas en contextos mediáticos
4.6. Construcción de argumentarios y documentos de soporte para comparecencias mediáticas
4.7. Coherencia y alineación entre el mensaje mediático y la estrategia global de comunicación

Temario

05 Comunicación no verbal y gestión de la imagen personal ante los medios

5.1. Fundamentos de la comunicación no verbal en contextos mediáticos
5.2. Expresión facial, contacto visual y gestualidad ante cámaras y micrófonos
5.3. La voz como herramienta comunicativa: tono, ritmo, volumen y dicción
5.4. Postura corporal, movimiento y uso del espacio en diferentes formatos mediáticos
5.5. Imagen personal y vestimenta: criterios de adecuación según el contexto y el medio
5.6. Gestión del estrés y la ansiedad comunicativa ante los medios de comunicación

Temario

06 Tipología de entrevistas mediáticas y sus características diferenciales

6.1. Clasificación general de las entrevistas mediáticas según formato, finalidad y canal
6.2. La entrevista informativa en prensa escrita y medios digitales
6.3. La entrevista radiofónica: particularidades de un medio exclusivamente sonoro
6.4. La entrevista televisiva: el reto de la comunicación audiovisual integral
6.5. La entrevista en medios digitales y redes sociales: directos, podcasts y formatos emergentes
6.6. Ruedas de prensa, declaraciones institucionales y comparecencias públicas formales
6.7. Debates, tertulias y mesas redondas como formatos mediáticos de confrontación dialéctica

Temario

07 Preparación integral de entrevistas mediáticas: planificación, argumentario y ensayo

7.1. Metodología sistemática de preparación de entrevistas: fases, tareas y responsabilidades
7.2. Análisis previo del contexto comunicativo: medio, periodista, audiencia y momento informativo
7.3. Definición de objetivos comunicativos: qué se quiere transmitir y qué se desea evitar
7.4. Elaboración del argumentario: estructura, mensajes clave y mensajes de apoyo
7.5. Anticipación de preguntas: técnicas para prever escenarios y formulaciones del entrevistador
7.6. Preparación logística y técnica de la comparecencia mediática
7.7. Ensayo y simulación de entrevistas: técnicas de entrenamiento práctico
7.8. Coordinación con equipos de comunicación y asesoría estratégica previa a la comparecencia

Temario

08 Técnicas avanzadas de respuesta y manejo de situaciones complejas durante la entrevista

8.1. Principios generales para una respuesta eficaz, clara y controlada en contextos mediáticos
8.2. Técnicas de control del discurso: bridging, flagging, hooking y blocking
8.3. Gestión de preguntas difíciles, hostiles o capciosas durante la entrevista
8.4. Estrategias para mantener la coherencia y consistencia del mensaje a lo largo de la entrevista
8.5. Errores comunicativos frecuentes durante las entrevistas mediáticas y estrategias de prevención
8.6. Gestión del cierre de la entrevista: últimas impresiones y mensajes de recapitulación

Temario

09 Comunicación en situaciones de crisis: preparación y gestión de comparecencias mediáticas

9.1. Fundamentos de la comunicación de crisis: concepto, fases y principios rectores
9.2. El plan de comunicación de crisis: diseño, protocolos y selección de portavoces
9.3. Comparecencias ante los medios en situaciones de crisis: ruedas de prensa y declaraciones de emergencia
9.4. Estrategias discursivas en contextos de crisis: transparencia, empatía y responsabilidad
9.5. Gestión de la presión mediática sostenida y la cobertura informativa continuada
9.6. Comunicación de crisis en el entorno digital: viralidad, bulos y gestión de la conversación en redes
9.7. Evaluación poscrisis: análisis de la gestión comunicativa y extracción de lecciones aprendidas

Temario

10 Comunicación mediática en entornos digitales: nuevos formatos, plataformas y competencias

10.1. Transformación digital de la comunicación mediática y su impacto en la relación con los medios
10.2. Entrevistas y comparecencias en formato digital: videoconferencias, webinars y emisiones en directo
10.3. Redes sociales como canal de comunicación directa con la opinión pública: oportunidades y riesgos
10.4. Marco legal y normativo de la comunicación digital: protección de datos, derecho al honor y responsabilidad editorial
10.5. Gestión de la reputación digital y herramientas de monitorización del impacto comunicativo

11 Evaluación del desempeño comunicativo, plan de mejora y desarrollo profesional continuo

11.1. Métodos y herramientas para la evaluación del desempeño comunicativo ante los medios
11.2. El papel del feedback externo: asesores de comunicación, media coaches y equipos de prensa
11.3. Diseño de un plan de desarrollo individual de competencias comunicativas ante los medios
11.4. Tendencias emergentes y competencias futuras del comunicador ante los medios de comunicación

Titulación y certificados

Diploma de la Universidad EUNEIZ

Al aprobar todos los cuestionarios de evaluación recibes el **diploma en formato digital** de Curso de Formación Permanente, con sus 6 créditos ECTS y 150 horas.

Certificados de ICUFOR

Se descargan en PDF desde la Secretaría del campus, con un código único y QR para verificarlos.



Universidad de Vitoria-Gasteiz EUNEIZ

Proceso de matriculación

1 **Pulsa «Matricularme» en la ficha del curso**
Completa tus datos personales y de facturación.

2 **Elige la forma de pago**
Tarjeta, PayPal o transferencia bancaria.

3 **Entra en el campus y empieza**
Recibes por correo tus datos de acceso y, en cuanto se confirma el pago, tienes el temario completo. La matrícula está abierta todo el año.

Matricúlate | Más información



Métodos de pago

Pago único
El precio se abona una sola vez, sin cuotas ni renovaciones.

Seguridad
Pago online en la pasarela de Stripe o de PayPal.

Flexibilidad
Tarjeta de crédito o débito, PayPal o transferencia.

Acceso inmediato
Con tarjeta o PayPal, el campus se activa al momento.

Simplicidad
Matrícula y pago en dos pasos.

Facturación
Facturas en «Pagos y facturas» del campus.



¿Por qué elegir ICUFOR?

01

Formación accesible

Formación universitaria rigurosa y acreditada, íntegramente online y compatible con tu trabajo.

02

Calidad universitaria

Cada curso está acreditado por la Universidad EUNEIZ, con su memoria académica y sus créditos ECTS.

03

Impulso a tu carrera

Contenidos de utilidad práctica y una titulación que suma en méritos, concursos y bolsas de empleo.

04

Especialización

Cada curso trata una única temática a fondo: combínalos y construye tu propio itinerario.

05

Atención de calidad

Consultas al equipo docente por escrito o por chat, y un asesor de IA a cualquier hora.

¿Por qué elegir ICUFOR?

06
Contenidos actualizados
Los cursos se revisan periódicamente para incorporar las novedades de cada ámbito.

07
El curso, por escrito
Cada tema en tres formatos: contenido en PDF, Abstract y presentación con los aspectos clave.

08
Autónomo, pero acompañado
Tú decides tu ritmo y nuestro equipo de docentes resuelve tus dudas y orienta tu estudio.

09
Enseñanza adaptada
Sin horarios ni conexiones obligatorias: seis meses para terminar, ampliables si lo necesitas.

10
Estudio sencillo e intuitivo
Un campus virtual propio, sin instalar nada y accesible desde cualquier dispositivo.

¿Necesitas más información?

Te contamos cómo funciona el curso, los plazos y la titulación, sin compromiso.

www.icufor.com

info@icufor.com

+34 858 895 080

+34 746 044 519

Formación acreditada por Universidad de Vitoria-Gasteiz EUNEIZ

