ICUFOR
Cursos de Formación Permanente Universitaria

Curso de Formación Permanente

Escritura de Notas de Prensa y Convocatorias de Medios

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



Amplía tu formación con el Curso de Formación Permanente en Escritura de Notas de Prensa y Convocatorias de Medios de ICUFOR, una propuesta educativa diseñada para quienes desean dominar las técnicas profesionales de comunicación institucional. En un contexto donde la relación entre organizaciones y medios resulta determinante para construir reputación y visibilidad, contar con competencias especializadas en redacción informativa marca la diferencia entre el éxito y el anonimato comunicativo.

A lo largo del programa, profundizarás en los fundamentos de la comunicación corporativa, aprenderás a redactar notas de prensa con estructura periodística impecable y descubrirás cómo planificar convocatorias que capten el interés de las redacciones.

Duración
150 horas

Créditos
6 Créditos ECTS

Metodología
Online

Matriculación
Permanente

Objetivos del curso

Comprender los fundamentos de la comunicación institucional y el ecosistema mediático actual, identificando el papel del profesional de la comunicación como intermediario entre organizaciones y medios.

Diseñar convocatorias de medios eficaces, integrando los elementos informativos, logísticos y persuasivos necesarios para maximizar la asistencia de los periodistas.

Planificar y gestionar eventos informativos dirigidos a medios, coordinando la logística, la preparación de portavoces y el protocolo de actuación pre y post-evento.

Desarrollar competencias para la redacción de comunicados y la gestión de comparecencias en situaciones de crisis, garantizando rapidez, transparencia y coherencia en el mensaje institucional.

Dominar la redacción profesional de notas de prensa, aplicando los principios del estilo informativo, la estructura de pirámide invertida y las técnicas avanzadas de titulación y construcción de citas.

Elaborar materiales complementarios y recursos multimedia de apoyo, seleccionando fotografías, vídeos, infografías y dossieres de prensa que faciliten la cobertura periodística.

Aplicar estrategias de segmentación de destinatarios y distribución multicanal, utilizando bases de datos actualizadas, plataformas especializadas y técnicas de adaptación al entorno digital y las redes sociales.

Evaluar el impacto de las acciones de prensa mediante indicadores cuantitativos y cualitativos, incorporando los aprendizajes obtenidos del seguimiento mediático y el análisis de resultados a la mejora continua del plan de comunicación con medios.

Temario

01 Fundamentos de la comunicación institucional y su relación con los medios de comunicación

1.1. Concepto y evolución histórica de la comunicación institucional y corporativa
1.2. El ecosistema mediático actual: tipología de medios, actores y dinámicas informativas
1.3. El papel del profesional de la comunicación como intermediario entre organizaciones y medios
1.4. Marco normativo aplicable a la comunicación con medios y la difusión informativa
1.5. La comunicación con medios dentro del plan de comunicación integral de la organización

02 La nota de prensa: concepto, tipología y funciones dentro de la estrategia comunicativa

2.1. Definición, naturaleza y características esenciales de la nota de prensa como género comunicativo
2.2. Diferencias entre la nota de prensa y otros instrumentos de comunicación con medios
2.3. Tipología de notas de prensa según su finalidad y contexto comunicativo
2.4. Criterios de noticiabilidad: cuándo una información merece ser comunicada a los medios
2.5. Funciones estratégicas de la nota de prensa en la gestión de la reputación organizacional
2.6. El ciclo de vida de la nota de prensa: desde la detección de la oportunidad hasta la publicación

Temario

03 Redacción profesional de notas de prensa: estructura, estilo y lenguaje informativo

3.1. Principios fundamentales de la redacción periodística aplicados a la nota de prensa
3.2. Estructura canónica de la nota de prensa: organización del contenido informativo
3.3. Técnicas avanzadas de titulación para captar la atención de redacciones saturadas
3.4. El uso adecuado de citas y declaraciones dentro del cuerpo de la nota
3.5. Integración de datos, cifras y evidencias en el discurso informativo de la nota
3.6. Adaptación del registro lingüístico según el tipo de medio y la audiencia destinataria
3.7. Revisión, corrección y control de calidad del texto antes de su distribución
3.8. Errores frecuentes en la redacción de notas de prensa y estrategias para evitarlos

Temario

04 Elementos complementarios, recursos multimedia y diseño visual de la nota de prensa

4.1. La importancia de los materiales de apoyo para facilitar la cobertura periodística
4.2. Selección y tratamiento de imágenes fotográficas para acompañar la nota de prensa
4.3. Integración de recursos audiovisuales: vídeos, cortes de voz y material para televisión y radio
4.4. Infografías, gráficos y elementos de visualización de datos al servicio del mensaje
4.5. Diseño y maquetación de la nota de prensa: identidad visual y legibilidad
4.6. Elaboración del dossier de prensa como complemento ampliado de la nota

Temario

05 La convocatoria de medios: diseño, redacción y planificación estratégica

5.1. Concepto y función de la convocatoria de medios en la estrategia de comunicación
5.2. Estructura y elementos imprescindibles de una convocatoria de medios eficaz
5.3. Redacción persuasiva de la convocatoria: captar el interés sin sobreinformar
5.4. Tipología de convocatorias según el formato del evento comunicativo
5.5. Planificación temporal: calendario de envío, recordatorios y confirmaciones de asistencia
5.6. Gestión de acreditaciones, registro de medios y control de accesos al evento
5.7. Errores frecuentes en la elaboración de convocatorias y claves para maximizar la asistencia

Temario

06 Organización y gestión de eventos informativos dirigidos a medios de comunicación

6.1. Tipología de actos informativos y criterios de selección del formato adecuado
6.2. Planificación logística integral del evento informativo
6.3. Preparación de portavoces: media training y ensayo de intervenciones
6.4. Gestión del turno de preguntas y la interacción con los periodistas durante el evento
6.5. Protocolo de actuación post-evento: envío de materiales, atención a peticiones y seguimiento

07 Bases de datos de medios, segmentación de destinatarios y canales de distribución

7.1. Construcción y mantenimiento de bases de datos de contactos periodísticos actualizadas
7.2. Segmentación estratégica de los destinatarios según el contenido y el objetivo comunicativo
7.3. Canales y herramientas para el envío y la distribución de notas de prensa y convocatorias
7.4. La sala de prensa online de la organización: diseño, contenido y funcionalidades
7.5. Personalización del envío y gestión de las relaciones individuales con periodistas clave
7.6. Cumplimiento normativo en materia de protección de datos en la gestión de contactos de medios

Temario

08 Adaptación de notas de prensa y convocatorias al entorno digital y las redes sociales

8.1. Transformación digital de la comunicación con medios: nuevos paradigmas y oportunidades
8.2. Redacción de notas de prensa optimizadas para el entorno digital
8.3. Difusión y amplificación de notas de prensa a través de redes sociales
8.4. Convocatorias de medios en formato digital: webinars, streaming y encuentros virtuales
8.5. Nuevas tendencias: inteligencia artificial, automatización y personalización masiva en la distribución

09 Comunicación de crisis: redacción de notas de prensa y convocatorias en situaciones críticas

9.1. Fundamentos de la comunicación de crisis y su relación con la gestión de medios
9.2. La nota de prensa en situaciones de crisis: principios, estructura y tono comunicativo
9.3. Secuenciación de comunicados durante la evolución de la crisis
9.4. Convocatoria y gestión de comparecencias de prensa en contextos de crisis
9.5. Monitorización mediática en tiempo real y capacidad de respuesta durante la crisis
9.6. Análisis post-crisis: evaluación de la estrategia comunicativa y lecciones aprendidas

Temario

10 Seguimiento mediático, medición de impacto y evaluación de resultados de las acciones de prensa

10.1. El seguimiento mediático como herramienta de control y aprendizaje profesional
10.2. Indicadores clave de rendimiento (KPI) para la evaluación de notas de prensa y convocatorias
10.3. Cálculo del retorno comunicativo y su relación con el valor publicitario equivalente (AVE)
10.4. Elaboración de informes de resultados: estructura, visualización de datos y presentación a la dirección
10.5. Retroalimentación y mejora continua: cómo incorporar los aprendizajes a futuras acciones de prensa

11 Aspectos legales, éticos y de responsabilidad profesional en la comunicación con medios

11.1. Marco jurídico aplicable a la difusión de información corporativa a través de los medios
11.2. Protección de datos personales, propiedad intelectual y responsabilidad informativa
11.3. Protección del derecho al honor, la intimidad y la propia imagen en las comunicaciones de prensa
11.4. Códigos deontológicos y buenas prácticas en la relación profesional con los medios

Temario

12 Taller práctico integral: elaboración de un plan de comunicación con medios basado en casos reales

12.1. Metodología del taller y criterios de evaluación de las actividades prácticas
12.2. Análisis de casos reales de notas de prensa y convocatorias: aciertos, errores y oportunidades de mejora
12.3. Ejercicio práctico de redacción de notas de prensa para distintos contextos comunicativos
12.4. Ejercicio práctico de elaboración de convocatorias de medios y planificación de eventos informativos
12.5. Diseño de un plan de comunicación con medios para una organización real o simulada
12.6. Presentación, defensa y evaluación colaborativa de los trabajos realizados

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

