

## NOVEDAD

diciembre 2017



**Título: CÓMO HACER UN PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN. VOLUMEN I. UN MODELO DE PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA, PASO A PASO**

**Autor/es: KATHY MATILLA**

**Colección: dircom**

**Número de la colección: 9**

**Número de páginas: 290**

**EAN: 9788491800569**

**Formato papel: 155 x 235 mm**

**PVP+IVA: xx,xx €**

**Fecha de publicación: enero 2018**

### Kathy Matilla

Doctora en Comunicación y máster en Comunicación Social por la Universidad Ramon Llull (URL) de Barcelona; diplomada en Relaciones Públicas y licenciada en Geografía e Historia, especialidad de Historia del Arte, por la Universidad de Barcelona (UB); máster en Marketing por ESADE Business School (URL) y MBA por el FSE de Bruselas (Bélgica).



## SINOPSIS

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 en cuatro volúmenes. Las aportaciones del presente ensayo permitirán a los profesionales de la comunicación hacer frente al diseño de un plan estratégico de comunicación mediante un modelo para la acción.

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, paso a paso, para diseñar y ejecutar un plan estratégico, desde el diagnóstico inicial para fijar el logro de objetivos hasta la evaluación final de los resultados, pasando por las estrategias y las tácticas.

## CON ESTE LIBRO APRENDERÁS SOBRE:

- ✓ plan de comunicación corporativa; ✓ plan estratégico de comunicación; ✓ relaciones públicas;
- ✓ planificación estratégica; ✓ estrategia de comunicación; ✓ investigación estratégica preliminar;
- ✓ investigación estratégica de evaluación; ✓ evaluación de las relaciones públicas; ✓ públicos;
- ✓ *stakeholders*

## CONTENIDOS

### Prólogo

Montserrat Tarrés

### Presentación

Kathy Matilla

### Capítulo I. La estrategia, la estrategia de comunicación y la planificación estratégica

1. El objeto de estudio: la estrategia, la estrategia aplicada a la comunicación y la planificación estratégica

### Capítulo II. Las etapas de la planificación estratégica y el modelo RACE

1. Etapa 1: Investigación (información e investigación preliminar)
2. Etapa 2: Acción (estrategia)
3. Etapa 3: Comunicación (táctica)
4. Etapa 4: Control y evaluación

### Capítulo III. Un modelo global de planificación estratégica en comunicación

1. Introducción
2. Un modelo global de planificación estratégica en comunicación. Paso a paso
3. Resumen

### Referencias bibliográficas

### Autores