

PROGRAMA – CURSO “GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN EN LAS ONG”

COMUNICACIÓNNG

CARACTERÍSTICAS DEL CURSO

APRENDERÁS A:

- Planificar y desarrollar planes de comunicación
- Diseñar estrategias comunicativas
- Organizar ruedas de prensa, actos de calle, desayunos de prensa...
- Escribir notas de prensa y convocatorias
- Conocer las herramientas comunicativas que se utilizan
- Capacidad de afrontar los retos comunicativos actuales del sector de las ONG



Dirigido a: Trabajadores/as, voluntarios/as y miembros de ONG, estudiantes de periodismo y cualquier persona interesada en la comunicación social.

Fechas: 28, 29 y 30 de septiembre de 2012

Número de horas: 20 h.

Precio: 180 euros. Bonificable para trabajadores por la Fundación Tripartita. Desempleados y estudiantes: 150 euros.

Lugar: Escuela de Arte de Granada, Calle Dr. Olóriz, 6, Granada ([Google maps](#))

Horario: Viernes de 16.00 - 20.00 / Sábado y Domingo de 10.00 - 14.30 y de 16.00 - 19.30 h

Imparte: Marta Caravantes. Inició su carrera periodística como corresponsal en México. Fue miembro del consejo de redacción del suplemento “Mestizaje” de Diario 16 (galardonado con el “Primer premio UNICEF de periodismo 2001”). Durante tres años fue responsable del Departamento de Comunicación de la Coordinadora de ONG de Desarrollo de España (CONGDE) y la Campaña Pobreza Cero. Actualmente es responsable de contenidos y comunicación de la empresa [CIPÓ Company](#) dedicada a la concienciación social, donde ha realizado numerosas campañas para ONG, exposiciones, vídeos y documentales. Por sus cursos de formación ya han pasado más de 500 personas.

Coordina: Javier Díaz jdmuriana@gmail.com Tel: 628495579

Se entrega:

- Certificado de asistencia al curso
- Un CD con toda la teoría y las prácticas analizadas durante el curso.

Si quieres apuntarte al curso puedes descargarte la [ficha de inscripción](#).

MÓDULO 1: LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Viernes, de 16:00 a 20:00 h

- Principios básicos de la comunicación.
- ¿Por qué comunicar?
- Características de los medios de comunicación hoy en día.
- Agenda setting y Mapa cognitivo
- Tratamiento de los medios de comunicación. Perspectiva mediática de:
 - o Las ONG
 - o Los países del Sur
 - o Las catástrofes humanitarias
- ¿Cuál es el funcionamiento de los medios de comunicación?
- Práctica: Análisis de noticias emitidas en los medios de comunicación.

MÓDULO 2: LA PLANIFICACIÓN DE LA COMUNICACIÓN

Sábado, de 10:00 a 14:30 h

- Funcionamiento de un departamento de comunicación
- Características del Plan de Comunicación
- La Planificación
 - o Análisis de la situación: DAFO, Herramientas disponibles, Presupuesto
 - o Definición del público objetivo
 - o Objetivos, estrategias y herramientas
- Desarrollo de mensajes básicos
- Ejecución
 - o Plan de Trabajo
- Evaluación
 - o La dificultad de la evaluación de los resultados comunicativos
 - o Indicadores que podemos utilizar
- La Comunicación Interna
- Práctica: Trabajo en equipo para la elaboración de un Plan de Comunicación

MÓDULO 3: LA NOTA DE PRENSA

Sábado, de 16:00 a 19:30 h

- ¿Qué puede ser 'noticiable' para una ONG?
- Características de la Nota de prensa: ¿qué es? ¿cómo se hace? ¿cuál es su estructura?
- ¿Cómo redactar una Nota de Prensa?
- ¿Cómo, cuándo y a quién se envía una Nota de prensa?
 - o ¿A quién se la mandamos?
 - o ¿Cómo la mandamos?
 - o El seguimiento
 - o Recomendaciones
 - o ¿Cómo actúa el periodista ante una nota de prensa?
- La Nota Informativa
- Práctica: Análisis de notas de prensa y notas informativas de varias ONG

MÓDULO 4: ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN

Domingo, de 10:00 a 14:30 / de 16:00 a 19:30 h

- Análisis de las distintas estrategias de comunicación: ¿Cómo se hacen y cuál es la que más conviene en cada momento?
 - o Ruedas de prensa
 - o Desayunos de prensa
 - o Actos de calle
 - o Artículos de opinión
 - o Cartas al Director
 - o Viajes al terreno o a los proyectos
 - o Contacto con líderes de opinión
 - o Enviar imágenes a las televisiones
- Práctica: Ejemplos de convocatorias de ruedas de prensa, desayunos con periodistas, actos de calle, etc.
- Práctica: Análisis del proceso completo de diversas estrategias de comunicación llevadas a cabo por distintas ONG: desde su origen hasta el resultado final.
- Práctica: Trabajo en grupo. Desarrollo de estrategias comunicativas a partir de un reto propuesto por la profesora. Puesta en común.