

Programa Abierto
2010

La gestión de la comunicación en las ONG: una visión global y actual

Área / Comunicación		Celebración: 12, 13 y 14 de mayo de 2010	
Nivel / 1	Tipo / Presencial	Horas / 20	Tasa / 30 €
Lugar de celebración / Madrid centro		*Se confirmará dirección al finalizar proceso de inscripción	

A quién va destinado

Técnicos y responsables de comunicación de ONG de tamaño medio o pequeño que deseen ampliar su visión sobre el trabajo de su área y las herramientas que tienen a su disposición.

Objetivo general

Hacer un recorrido por el papel de la comunicación en las ONG, sus funciones y herramientas principales

Resultados esperados

- Conocer de forma realista el alcance y los límites de los resultados que la comunicación puede lograr en las ONL.
- Comprender cómo se integra el sistema de comunicación en el sistema general de las entidades no lucrativas.
- Aprender métodos para la planificación y la organización del trabajo en comunicación
- Conocer y trabajar en algunas de las herramientas de comunicación más habituales en las ONG junto a las más actuales (relaciones con los medios, publicidad, redes sociales...)

Contenidos

Bloque I. El sistema de la comunicación en las ONG

- 1) El sistema de la comunicación

- 2) Características diferenciales de la comunicación en las ONG
- 3) Características de la comunicación eficaz

Bloque II. Comunicación corporativa y comunicación interna

- 1) Cómo hacer de lo que somos un valor estratégico a través de la comunicación: la comunicación corporativa
 - La realidad corporativa o quiénes somos
 - La imagen corporativa: deseada, proyectada y percibida.
 - La reputación y otros conceptos
- 2) Los diferentes emisores de comunicación dentro de la organización.
- 3) Algunas herramientas de comunicación corporativa (webs, memorias, manual de identidad visual...)
- 4) Comunicación interna

Bloque III. Planificación de la comunicación

- 1) Introducción/ Etapas
- 2) Análisis de la situación
- 3) Planteamiento de objetivos
- 4) Diseño de estrategias y acciones
- 5) Construcción de mensajes
- 6) Ejecución, evaluación y control
- 7) El Plan Estratégico de Comunicación

Bloque IV. Herramientas de comunicación

- 1) Publicidad
- 2) Relaciones con empresas
- 3) Relaciones con los medios
- 4) Internet y las redes sociales
- 5) Otros

Metodología

- Parte expositiva con un contenido teórico explicado en base a ejemplos prácticos
- Prácticas de cada bloque, en las que se trabajarán situaciones reales que planteen las personas asistentes, de manera que se les ayude a resolver sus problemáticas concretas
- Diálogo constante y participación por parte de los asistentes para aprovechar el intercambio de conocimientos.

Competencias relacionadas

- Gestión de la comunicación en entidades no lucrativas: organización y planificación del trabajo y manejo de las herramientas más habituales.
- Desarrollo de la visión finalista de la comunicación,
- Creatividad en la resolución del trabajo diario

Continuando con tu desarrollo

A completar por la FLV

Observaciones

A completar por la FLV

Formador/a

Experta en el ámbito de comunicación de las ONG y en el asesoramiento a este tipo de entidades. Actualmente, dirige una empresa especializada en la comunicación online de temas sociales. Anteriormente, fue responsable de comunicación de la Fundación Luis Vives.