

CURSO

POTENCIA TU COMUNICACIÓN



LLEGUEMOS A LA GENTE

PROGRAMA (12 horas en 3 días)

Jueves, 10 de marzo - De 9:30 a 13:30 (4 horas)

MÓDULO 1. EL PLAN DE COMUNICACIÓN

1. INTRODUCCIÓN

- ¿Cómo tiene que ser un Plan para que funcione?
- Diferencias entre el Plan de Comunicación y el Plan Operativo.

2. ANÁLISIS COMUNICATIVO

- Plan Estratégico de la Entidad y actividades programadas.
- La Gestión de la Comunicación actual. Qué persona lleva qué funciones en la comunicación de la entidad.
- Análisis de los flujos comunicativos con los públicos con los que ya nos comunicamos.
- Análisis de posicionamientos y mensajes.
- Análisis de herramientas y canales comunicativos existentes.
- Análisis comunicativo de acciones, proyectos, actividades... realizadas.
- Análisis a través de un DAFO.
- ¿Para qué nos sirve el análisis? Recopilación de datos y conclusiones.

3. LOS OBJETIVOS

- Definición de objetivos.
- Priorizar y ordenar los objetivos.
- Definición de indicadores de evaluación.

4. PRESENTAR EL PLAN DE COMUNICACIÓN

- ¿Cómo y a quién presentarlo?
- Involucrar a la entidad: conciencia de la importancia de la comunicación.

5. EL PLAN DE TRABAJO

- Recopilación de acciones que han salido del análisis.
- Actividades sobre las que se quiere comunicar en este año.
- Los tiempos de pensar en las estrategias para lograr los objetivos.
- Calendario anual de acciones y tiempos de pensar. ¿Quién hace qué para cuándo?
- Las revisiones periódicas, evaluación y aprendizajes compartidos.

6. PRÁCTICAS GRUPALES EN DIRECTO

- Análisis de herramientas y canales comunicativos.
- Análisis de mensajes.
- Análisis de actividades comunicativas.
- ¿Qué problemas podemos tener para hacer el Plan? Búsqueda de soluciones.

7. PRÁCTICA INDIVIDUAL (Fuera de horario)

- Define tres objetivos comunicativos prioritarios.
- Define el equipo de comunicación.

Jueves, 17 de marzo - De 9:30 a 13:30 (4 horas)

Revisión de las prácticas individuales del Módulo anterior y resolución de dudas.

MÓDULO 2. LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

1. CÓMO FUNCIONAN LOS MEDIOS

- Situación actual de los medios.
- La agenda informativa o criterios de la noticia.
- La percha informativa y la respuesta a la actualidad.
- Cómo se decide qué noticias se emiten: previsiones y consejo de redacción.
- Agencias, prensa escrita y digital, la radio y la televisión.
- Más aspectos a tener en cuenta.

2. LA COMUNICACIÓN CON LOS MEDIOS

- La base de datos.
- Fidelización de periodistas.
- Cómo aprovechar Twitter.
- La Nota de Prensa.
- El Dossier de Prensa.
- La Convocatoria de Prensa.
- La Nota Informativa.
- Audios para radios.
- Imágenes para TV.

3. ACCIONES CON LOS MEDIOS

- Ruedas de prensa.
- Desayunos de prensa.
- La creación de la noticia.
- Actos de calle y Marketing de Guerrilla: la creación de la imagen noticiable.
- Contacto con líderes de opinión o *influencers*.
- Artículos de opinión: posicionamiento y reputación.
- Cartas al Director/a: redacción y difusión a los medios.
- Acciones creativas con medios.

4. PRÁCTICAS GRUPALES EN DIRECTO

- Análisis de Notas de Prensa y Convocatorias de las entidades participantes.
- Definición de problemas y soluciones en el trabajo con los medios.

5. PRÁCTICA INDIVIDUAL (Fuera de horario)

- Creación de una noticia de la mano de alguna 'percha de actualidad'.

Revisión de las prácticas individuales del Módulo anterior y resolución de dudas.

MÓDULO 3. EL MUNDO AUDIOVISUAL

1. FOTOGRAFÍA CON EL MÓVIL

- La importancia de la imagen.
- Bancos de imágenes o fotos propias.
- Técnica de foto con el móvil y la app Camera FV-5.
- El retoque fotográfico.
- ¿Cómo contar lo que somos y hacemos a través de la imagen?

Ejemplos prácticos:

- Posicionamientos y estrategias.
- Proyectos de cooperación.
- Historias humanas.
- Denuncias
- Narrar un evento: jornadas, movilizaciones, asambleas, manifestaciones...
- Etc.

2. OTRAS IMÁGENES MUY NECESARIAS

- Imágenes con texto.
- Infografías.
- Gifs.
- Materiales de sensibilización y movilización creativos para redes sociales.
- ¿Cómo se hacen? Guía práctica para aprender el Canva.
- El formato ideal para cada red social: cabeceras, post, stories...
- El formato ideal para web y blog: peso, tamaño, ubicación...

3. EL MUNDO DEL AUDIO

- La música
- Los podcast
- Audio creativos.
- Programas de edición de audio.

4. EL MUNDO DEL VÍDEO

- Equipo técnico necesario.
- Programas de edición.
- Las claves del guion.
- ¿Qué no nos puede fallar?
- Ejemplos de vídeos sencillos eficaces que cualquiera puede hacer.

5. PRÁCTICAS GRUPALES EN DIRECTO

- Análisis conjunto de imágenes, audios y vídeos: ¿por qué funcionan o por qué no funcionan?

IMPARTE

Marta Caravantes

Periodista con más de 25 años dedicados a la comunicación social.

Ha trabajado como corresponsal en México y dirigido los departamentos de comunicación de la Coordinadora de ONG de Desarrollo de España, Farmacéuticos sin Fronteras y Solidarios para el Desarrollo.



Fue miembro del consejo de redacción del suplemento de solidaridad y ecología “Mestizaje” de Diario 16 (galardonado con el “Primer premio UNICEF de periodismo 2001”).

Ha escrito artículos y reportajes para El Mundo, Diario 16, La Opinión de los Ángeles, El Panamá América, Revista Brecha y La República de Perú, entre otros.

Desde hace 15 años **dirige CIPÓ Company**, Agencia de Comunicación Creativa para el Cambio Social. Destaca también su trayectoria como formadora. Por sus cursos de gestión de la comunicación, creatividad y portavocía, han pasado ya más de 3.000 personas.

CIPÓ Company - Comunicación Creativa para el Cambio Social

Te invitamos a conocer lo que hacemos en www.cipocompany.com

