

GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN EN LAS ONG



Fechas por determinar. Puedes pedir más información en comunicacion@cipocompany.com

Precio: 190 euros. Curso bonificable por la Fundae para trabajadores/as por cuenta ajena. [Pregúntanos.](#)

Número de horas: 19 h.

Se entrega: Certificado de asistencia, y toda la teoría y casos prácticos analizados.

Lugar: Madrid. Sede del Teléfono de la Esperanza. C/ Francos Rodríguez, 51. Colonia Bellas Vistas. Chalet 44. (Metro Francos Rodríguez o Estrecho).

Horarios: Viernes de 16.00 - 20.00 / Sábado y Domingo de 10.00 - 14.00 y de 15.30 - 19.00 h

Imparte: Marta Caravantes. Periodista con más de 20 años dedicados a la comunicación social.

Desde hace 12 años, **codirige CIPÓ Company**, donde realiza asesorías, planes de comunicación, campañas, estrategias y cursos de formación. Ha trabajado como responsable de Comunicación de la Coordinadora de ONG de Desarrollo de España, Farmacéuticos sin Fronteras y la ONG Solidarios. Como periodista, fue corresponsal en México, miembro del consejo de redacción del suplemento “Mestizaje” de Diario 16 (galardonado con el “Primer premio UNICEF de periodismo 2001”), y ha escrito artículos para El Mundo, La Opinión de los Ángeles, El Panamá América, Revista Brecha y La República de Perú, entre otros.



PROGRAMA

Viernes

De 16.00 a 20:00 h

INTRODUCCIÓN



1. **Ocho claves que no se nos pueden escapar.** Principios para lograr una comunicación eficaz en las ONG.
2. **Funcionamiento de un Departamento de Comunicación.**

EL PLAN DE COMUNICACIÓN



1. **El quid de la cuestión.** ¿Cómo tiene que ser un Plan de Comunicación para que funcione?
2. **¿Por dónde empezamos? Diagnóstico comunicativo.**
3. **El punto de partida: quiénes somos y cómo nos ven.**
4. **Análisis:** gestión de la comunicación, proyectos, campañas, redes sociales, web, boletines, vídeos...
5. **Los Públicos.** Aprender a 'ver a la gente': otras formas de segmentar más allá de las conocidas.
6. **Los Objetivos.** Del idealismo al SMART. Metodología del 'mantra' y 'los tres cajones'.

Inicio de las Prácticas en grupos de trabajo

Sábado

De 10.00 - 14.00 y de 15.30 - 19.00 h

Continuación de Prácticas en grupos de trabajo y puesta en común

EL PLAN OPERATIVO



1. **Cómo organizar las acciones y objetivos.**
2. **La importancia de programar los ‘tiempos para pensar’.**
3. **¿Cómo hacer buenas estrategias comunicativas?**
4. **La Evaluación.** No es imposible, es imprescindible.

LA COMUNICACIÓN INTERNA



1. **¿Cómo llegar a la base social de la organización?**
2. **Aprender a gestionar los flujos comunicativos:** crear conciencia de comunicación.
3. **¿Cómo se planifica?:** El Protocolo de Comunicación Interna.
4. **Canales y herramientas:** circular interna, boletín, revista, memoria, vídeos...
5. **Prácticas:** Análisis de ejemplos.

IMPACTO EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN



1. **¿Qué puede ser ‘noticiable’ para una ONG?** Aprender a ‘ver’ y ‘construir’ noticias.
2. **La Agenda *Setting* y la ‘percha informativa’:** las oportunidades que no puedes dejar escapar.
3. **¿Qué mensajes funcionan y por qué?**
4. **Estrategias para el contacto con los medios.**
5. **Claves de la Nota de prensa.**
6. **La Nota Informativa:** una oportunidad que no solemos ‘ver’.
7. **Práctica:** Análisis de perchas informativas, notas de prensa, notas informativas y creación de la noticia.

Domingo

De 10.00 - 14.00 y de 15.30 - 19.00 h

ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN



1. **Desayunos de prensa:** oportunidades y diferencias con la rueda de prensa.
2. **Actos de calle:** la creación de la imagen noticiable.
3. **Artículos de opinión:** posicionamiento y reputación.
4. **Cartas al Director/a:** eficacia, redacción y difusión a los medios.
5. **Llevar a periodistas a los proyectos.**
6. **Contacto con líderes de opinión o influencers.**
7. **Redes sociales:** eficacia y prioridades.
8. **Práctica.** Análisis del proceso completo de estrategias de comunicación.

Durante todo el curso, tendrás a tu disposición café, infusiones, fruta y otras delicias.

Porque aprender también es disfrutar.



CIPÓ COMPANYY

**Comunicación Creativa como herramienta de
cambio social**

www.cipocompany.com