

COMUNICACIÓN, IMAGEN Y PUBLICIDAD DE PROYECTOS SOCIALES

Competencias Específicas

- Integrarse en cualquier área funcional de una organización socioeducativa y desempeñar con soltura labores de gestión comunicativa encomendadas al área
- Integrar las nuevas tecnologías de la comunicación en las políticas públicas
- Comprender el funcionamiento de diferentes tipos de organizaciones y las consecuencias sobre estrategias de comunicación externa de los programas
- Identificar y adaptar actuaciones de comunicación en nuestra organización

Resultados del Aprendizaje

- Manejo de conceptos básicos de comunicación y publicidad
- Conocimiento de medios, canales y soportes a utilizar en las facetas publicitarias
- Conocer “desde dentro” un Plan de Marketing y Comunicación Externa

Metodología

Durante el curso se resolverán ejercicios colectivos expuestos en el aula, además de análisis de casos reales y el manejo de materiales de trabajo y herramientas de gestión que los participantes se encontrarán habitualmente en su ámbito de trabajo.

El curso se estructura en tres sesiones. El tema anticipa diversas preguntas introductorias cuyas respuestas deberán facilitar los alumnos con antelación al inicio de cada sesión, para enriquecer el hilo argumentativo de la clase.

Durante la tercera sesión se destinará un tiempo para repaso de contenidos, ampliación (en su caso) y análisis y exposición de las prácticas presentadas.

Las clases se prevén altamente dinámicas y participativas, a modo de seminarios prácticos:

- Se emplearán breves ejercicios donde indagaremos y discutiremos el trasfondo de algunos proyectos, servicios e instalaciones actualmente en funcionamiento.
- Estudiaremos las repercusiones de la toma de decisiones en la práctica diaria de la gestión de estos programas e instalaciones.
- Al finalizar el curso los/as alumnos/as realizarán un pequeño trabajo final donde condensen los conocimientos aprendidos en la clase sobre alguno de los temas de su interés que se hayan visto durante las sesiones.

El curso se entenderá satisfactoriamente cursado con la entrega de las prácticas obligatorias en el plazo previsto a la finalización del curso y la asistencia al 75% de las horas lectivas

Contenido

I: Introducción a la imagen y la comunicación externa

- Relaciones de la organización y el proyecto con el entorno exterior
- La imagen. La comunicación. Conceptos básicos. Crisis reputacionales.
- Objetivos de la comunicación externa. Actuaciones en imagen y comunicación
- Construir e identificar tu “marca”. Introducción al marketing
- Elementos tradicionales y nuevos canales de publicidad e imagen
- Introducción a la elaboración de Planes de Comunicación Externa

Análisis de caso

- Descripción de los medios de comunicación externa disponibles en un servicio municipal
- Estudio comparado de la imagen corporativa utilizada y su evolución.
- Conocer una campaña: captación de “influencers” y colaboradores

II: Aplicaciones prácticas en programas y servicios

- Diseñar y ejecutar un Plan de Comunicación Externa
- La señalética. La simbología. Nociones de diseño gráfico.
- Manejo de contenidos, datos e imágenes:
- La Administración telemática y sus oportunidades en equipamientos de proximidad

Análisis de caso

- Profundizar en un plan de comunicación externa de un departamento municipal
- Administración de una cuenta en rss para una Fanpage institucional.
- Alternativas digitales para la mejora visual y presentación de servicios: uso de tecnología 360° para entornos web, contenidos desde MUPI's electrónicos, uso de códigos QR en la publicidad impresa, apps para la dinamización de redes sociales. Experiencias de éxito.

CONTENIDOS AMPLIABLES

III

Contenido

- Community manager y servicios: planificación, seguimiento y orientación de tu organización en redes sociales y portales electrónicos. El Plan Social Media
- Competencias, medios actuales y situación de servicios y productos en el mercado del marketing digital y la comunicación audiovisual.
- Herramientas, metodología y TICS para el diseño gráfico y audiovisual.
- Instalación y desarrollo de nuevos servicios asociados a dispositivos electrónicos en instalaciones de proximidad
- Las encuestas y consultas ciudadanas.

Análisis de caso

- Recorrido, origen y evolución de un blog-web institucional
- Programas y apps para el diseño gráfico y audiovisual
- Experiencias de retransmisión de contenidos en streaming
- Alternativas digitales para el acercamiento de servicios y la simplificación de los canales de consulta y acceso: paneles electrónicos con tecnología multitáctil