



Expertos en ONG's. Especialistas en personas

[•] ELABORACIÓN DEL  
PLAN PRÁCTICO DE  
COMUNICACIÓN EN TU  
ONG

**115 euros / 14 horas**

DEL 25 DE OCTUBRE  
AL 14 DE NOVIEMBRE

[ CURSOS  
INTENSIVOS  
**2022**  
formaciónonline ]  
**CONVOCATORIA DE OTOÑO\***

## ELABORACIÓN DEL PLAN PRÁCTICO DE COMUNICACIÓN EN TU ONG

La comunicación es relativa sencilla: organizas un evento, creas un canal, generas una lista de correo o un grupo de wasap y cuentas cosas de tu entidad. Pero ¿esto que haces tiene el impacto que quieres? ¿Cómo construyes una comunidad de personas interesadas y vinculadas? ¿Qué reputación provocas, que relato, con qué palabras o contenidos clave?

En definitiva, que la comunicación sea eficaz ya es otra cuestión. Y aquí lo importante es establecer una hoja de ruta, un plan práctico donde hacemos un diagnóstico y elegimos mensajes, canales y destinatarios.

Os proponemos una formación para diseñar de forma práctica vuestra estrategia de comunicación, hacia dentro en un primer momento y hacia afuera, porque comunicamos todas y cada de las personas que formamos parte de la entidad, y los contenidos se construyen desde nuestra historia construida como organización.

### Objetivos:

- Adquirir ideas claras y aplicables que faciliten la elaboración de un plan de comunicación en una organización: planificación, ejecución, evaluación y ajuste.
- Identificar los públicos destinatarios y las herramientas básicas de comunicación e interacción

**A quién va dirigido:** Dirigido a personas que, sin ser expertas en comunicación, deban diseñar, ejecutar y evaluar acciones de sensibilización en su ONG y quieran tener una visión global y práctica de todas las herramientas a su alcance.

## FICHA TÉCNICA

**Calendario:** Del 25 de octubre al 14 de noviembre de 2022

**Webinar presencial:** 27 DE OCTUBRE, de 09:30 a 11:00

**Carga lectiva:** 14 horas

**Precio:** 115 EUROS

## CURSO 100% BONIFICABLE FUNDAE

Formación continua bonificada. Infórmese de la financiación total o parcial de nuestros cursos que su organización puede obtener por bonificaciones en sus cotizaciones a la Seguridad Social, escribiendo a [info@enclavesocial.org](mailto:info@enclavesocial.org)

## PROCEDIMIENTO DE MATRÍCULA

Cualquier persona interesada deberá rellenar la ficha de inscripción online disponible en la página web [enclavesocial.org](http://enclavesocial.org) en el apartado de cursos. Si está interesado en bonificar el curso **IMPORTANTE** decir SÍ a bonificar. Nos pondremos en contacto para la realización de todos los trámites. Estamos a vuestra disposición para cualquier duda o consulta en el **957 474 598 / 672 391 111**

## FORMA DE PAGO

**Mediante transferencia bancaria a:**

IBAN: ES90 0237 6000 1091 7293 5678

**Titular de la cuenta:**

ENCLAVE CONSULTORES Y ASESORES DEL TERCER SECTOR, SCA

**Concepto:**

Nombre del alumno/a o entidad

## TEMARIO

### CONTENIDOS

#### UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL PLAN DE COMUNICACIÓN PASO A PASO.

##### Aterrizar objetivos a acciones e indicadores

- El plan de comunicación como herramienta estratégica: causa social y comunicación. Identificando nuestros valores organizativos para comunicar con eficacia y honestidad. Qué es estrategia y qué aporta a la comunicación. La comunicación como herramienta transversal. El proceso de creación. Objetivos, Presupuesto, Mensajes, Canales, Ejecución: Planning/Timing/ y Evaluación.
- Las funciones de un área o departamento de comunicación. Funciones del DIRCOM o responsable de comunicación. Competencias y habilidades básicas.
- El mapa de públicos y análisis del contexto. Tomar el pulso al entorno: Herramienta DAFO y PEST. Innovación, Estrategia y Diferenciación frente a entornos VUCA. El concepto de públicos y mapa de públicos. Identidad corporativa, Imagen intencional, imagen corporativa, identidad visual corporativa e identidad verbal.

#### UNIDAD DIDÁCTICA 2. COMUNICACIÓN INTERNA: DIALOGANDO HACIA DENTRO.

##### Generar flujos que faciliten la transmisión de información

- Reflexiones clave sobre la comunicación interna. Definición Beneficios. Tipos de comunicación (ascendente, descendente, horizontal e informal), Objetivos. Contenidos.
- Tipos de públicos: Órganos de gobierno, personal contratado, voluntariado, socios/as, donantes.
- Herramientas básicas: el manual de acogida, los boletines internos, tablón de anuncios, Intranet, E- mail, Whatsapp, teléfono, eventos internos, carta del presidente, wikis, herramientas colaborativas

### UNIDAD DIDÁCTICA 3. MÓDULO III. COMUNICACIÓN EXTERNA: DIALOGANDO HACIA FUERA

- Tipos de públicos: qué implica, tipos y objetivos.
- Herramientas básicas: medios convencionales (prensa, radio, televisión) y medios no convencionales (la memoria corporativa, folleto, Web y redes sociales, revista, cartelería y material institucional, mail marketing, ferias, eventos y actos solidarios; relación con medios de comunicación, merchandising.
- Comunicación de crisis: conceptos básicos. Crisis, escándalos y polémicas. Características. Modo de actuación. Prevenir la crisis.



---

Pl. de las Tendillas, 1, 6<sup>a</sup> Planta  
14002 Córdoba  
957 474 598 / 672 391 111  
[info@enclavesocial.org](mailto:info@enclavesocial.org)  
[www.enclavesocial.org](http://www.enclavesocial.org)