



# **SOCIAL MEDIA Y COMUNICACIÓN EN GESTIÓN DE COOPERACIÓN INTERNACIONAL**



## **ÍNDICE DE CONTENIDOS**

- 1. INTRODUCCIÓN Y OBJETIVOS**
  
- 2. MAPA CONCEPTUAL DEL CURSO**
  - a. Unidad 1
  - b. Unidad 2
  - c. Unidad 3
  - d. Unidad 4
  - e. Unidad 5
  
- 3. METODOLOGÍA**
- 4. DURACIÓN**
- 5. CRITERIOS DE EVALUACIÓN**
- 6. COORDINACIÓN DE CONTENIDOS Y PROFESIONALES IMPLICADOS**



## 1. INTRODUCCIÓN Y OBJETIVOS

*El Curso Online de Social Media y Comunicación en Gestión de la Cooperación Internacional* pretende adecuar la realidad de la comunicación social al entorno digital en redes sociales y dotar a los alumnos de un material y conocimiento realista de las necesidades a las que se debe enfrentar un comunicador en el nuevo universo de los medios en Internet.

En este curso, van a trabajar con temáticas adaptadas para conseguir el dominio de las redes *online*, herramientas que constituyen nuevos canales de comunicación en el sector asociativo e institucional. Para ello se contará con la experiencia, a través de videoconferencias, de expertos internacionales en comunicación digital, con casos de éxito.

Cada día es más importante el dominio de las técnicas de trabajo online, para facilitar el acercamiento de los profesionales de la gestión social, en un entorno global cargado de posibilidades: financiación *online* de proyectos, *Networking*, *Crowdfunding* y Cooperación activa en internet, gestión de crisis *online* o herramientas de planificación... son algunas de las materias que se han renovado enormemente con la llegada de las nuevas tecnologías de la comunicación.

### OBJETIVOS DEL CURSO

El presente curso pretende ayudar a los agentes de cooperación a incorporar nuevas herramientas tecnológicas que facilitaran el trabajo y mejoraran la

comunicación, garantizando experiencias en estrategias sociales *online*, legislación 2.0 y planificación.

### PERFIL DEL ALUMNO

La población objetivo a quienes se recomienda esta acción formativa serían son: cargos electos, personal técnico, agentes sociales y de los movimientos asociativos, responsables de prensa, comunicadores sociales y agentes vinculados con la acción local. En un segundo nivel y no menos importante: potenciales emprendedores y emprendedoras locales con orientación a nuevas estrategias de dinamización y acción local.

### ASPECTOS GENERALES SOBRE LOS QUE VERSARÁN LOS

#### CONTENIDOS:

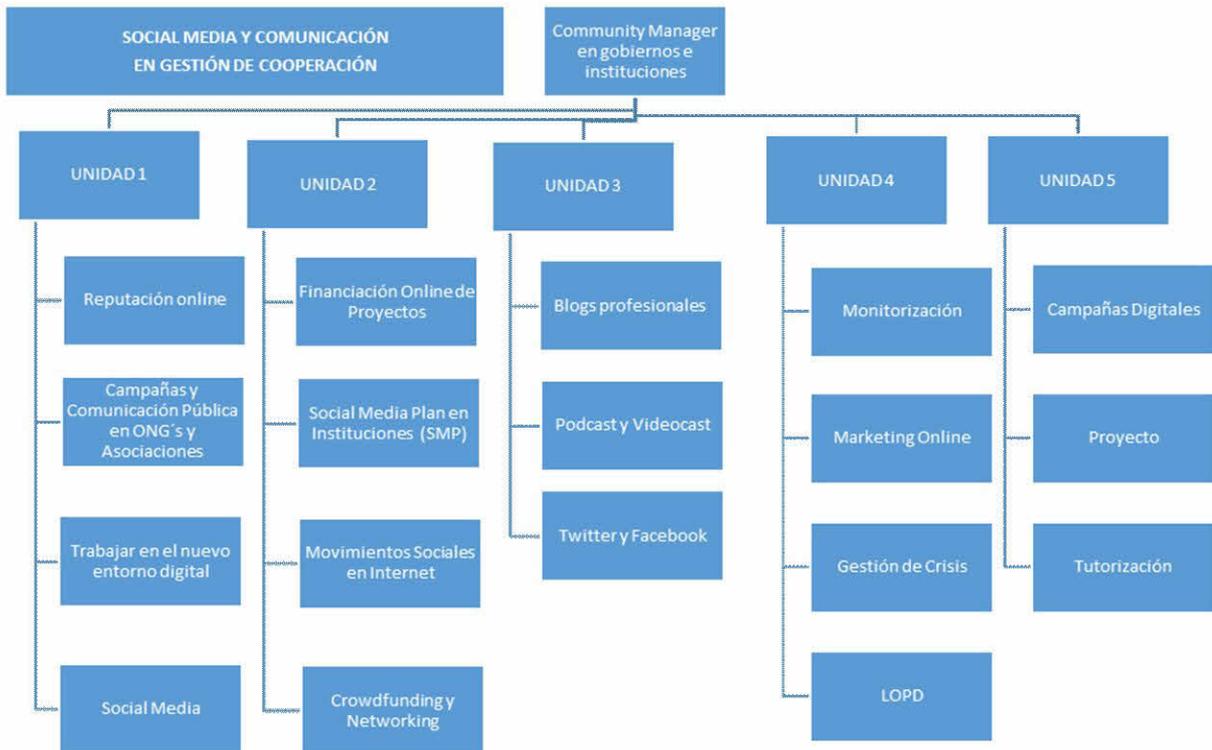
El desarrollo del proyecto que toma como referente el modelo pedagógico **e-Learning** se asienta en los siguientes principios:

- 1) Conocimiento de las nuevas aplicaciones y realidad del entorno *online*, a través de un proyecto de trabajo simulado donde con ejemplos y casos prácticos, puedan conocerse las principales estrategias de comunicación social a través de las nuevas tecnologías.
- 2) Utilizar herramientas gratuitas y de *software* libre, para mejorar y facilitar el trabajo relacionado con las nuevas técnicas de trabajo en internet, desarrollando un completo esquema de gestión del nuevo entorno digital.
- 3) Flexibilidad y trabajo adaptado a las necesidades individuales, complementado por fichas, y material audiovisual que permita al alumno ir aprendiendo los procesos de gestión informativa en entornos relacionados con la cooperación local e internacional.
- 4) Uso de materiales audiovisuales y ejercicios, que de forma progresiva completen los conocimientos en materia de comunicación social del material de lectura y textos complementarios
- 5) Atención tutorizada de los miembros del curso y facilitación del aprendizaje a través de foros y sistemas de intercambio colaborativo.



## 2. MAPA CONCEPTUAL DEL CURSO

En el siguiente esquema, se presenta la ruta de contenidos del curso enfatizando en cada celda las palabras o expresiones claves de cada una de las **5 Unidades Didácticas**. Este mapa conceptual ofrece una visión global e integrada de los mismos y facilitará la asimilación de los conceptos de trabajo:



Previo al desarrollo de este mapa de competencias, se realizará una sesión introductoria de carácter conceptual, destinada a reforzar los nuevos paradigmas en comunicación, cooperación y lógica de redes. A ser posible esta parte introductoria será presencial.

La distribución de los contenidos se establece en base al siguiente índice de materias:

## **-INTRODUCCIÓN:**

**La Comunicación y el desarrollo. La construcción de una nueva narrativa. Redes sociales y redes online. La investigación cooperativa y las políticas públicas.**

### **1) DE LA WEB 1.0 AL SOCIAL MEDIA MANAGEMENT (10 horas)**

- Introducción: ¿Qué es el SSM y como trabajar en el nuevo entorno digital?
- Campañas y Comunicación Pública en ONG's y Asociaciones
- Community Manager en gobiernos e instituciones
- Trabajo con Redes Sociales
- Reputación Online: La importancia de los contenidos

### **2) PLANIFICACIÓN DEL TRABAJO EN SOCIAL MEDIA (10 horas )**

- Social Media Plan en Instituciones (SMP)
- Audiencias, Estrategia y plan de acción
- Financiación Online de Proyectos
- Crowdfunding y Networking
- Movimientos Sociales en Internet

### **3) FACEBOOK, TWITTER Y HERRAMIENTAS SECTORIALES (10 horas)**

- Twitter y Facebook: Bases del sistema de RRSS
- Blogs profesionales y estrategias de posicionamiento
- Podcast y Videocast: La fuerza de la imagen
- Content Curator: aprender a gestionar las redes

### **4) MARKETING ONLINE PARA ASOCIACIONES (10 horas)**

- Monitorización y Estrategias de trabajo
- ROI y Herramientas de Seguimiento
- Gestión de Crisis internacional online
- Desvíos del Plan: Trabajar cambiando nuestra estrategia
- Marco Legislativo y LOPD en el entorno 2.0

### **5) PROYECTO: COMUNICACIÓN DIGITAL Y CAMPAÑAS (10 horas)**

- Lanzamiento de una campaña digital institucional
- Redes Verticales y casos de éxito en el sector

- Tutorización y revisión de contenidos

*PROYECTO: Tutorización Personal y Digital sobre una campaña personalizada y asesoramiento en contenidos digitales: poner en práctica las herramientas aprendidas en el proceso del curso (10 horas)*

### 3. METODOLOGÍA

En este curso de modalidad e-learning, la adquisición del conocimiento y las destrezas se sustenta fundamentalmente en la construcción individual y colectiva del conocimiento.

En este tipo de metodologías la capacidad del alumnado para buscar, sistematizar y analizar información es fundamental. Las diversas herramientas de interacción que ofrece la plataforma (foro, chat y tutorización permanentes), permiten intercambiar inquietudes y opiniones sobre el objeto de aprendizaje que, sin duda, facilitan la asimilación de los contenidos.

Dicho esto, las tareas que el alumnado tendrá que llevar a cabo son las siguientes:

- Lectura comprensiva y analítica de los contenidos obligatorios
- Realización correcta de una actividad práctica obligatoria por cada Unidad Didáctica (ver indicaciones sobre la misma en cada Unidad)
- Realización del test de evaluación de cada Unidad Didáctica
- Participación activa en las herramientas de comunicación de la Plataforma (Foro y Chat).

### 4. DURACIÓN DEL CURSO

El curso se distribuye en 5 unidades didácticas, para un total de 60 horas lectivas. Cada unidad tiene una duración de 10 horas y el resto serán aplicadas en la tutorización y corrección de actividades prácticas

## **5. CRITERIOS DE EVALUACIÓN**

Para comprobar que se han alcanzado los objetivos de aprendizaje propuestos se incluyen una serie de actividades y cuestionarios que se deberán realizar y que serán supervisados y evaluados en todo momento por el equipo tutorial.

Para superar con éxito el curso, y obtener la condición de APTO/APTA será necesario realizar con éxito las actividades de aprendizaje propuestas siguientes:

Actividades	% Calificación Final del curso
Cuestionarios (por unidad)	45 %
Actividades prácticas obligatorias (una única genérica del curso))	45 %
Actividades prácticas optativas y Participación en los foros	10 %
TOTAL	100 %

## **6. COORDINACIÓN DE CONTENIDOS Y PROFESIONALES IMPLICADOS**

Manuel Chaparro Escudero y Francisco Borrego

