



Expertos en ONG's. Especialistas en personas

CURSOS INTENSIVOS

formaciónonline

DISEÑO Y
HERRAMIENTAS
PARA LA GESTIÓN
DE REDES SOCIALES
DE TU ONG

CÓMO GESTIONAR LAS REDES SOCIALES EN UNA ONG

Las redes sociales están presentes cada vez más en nuestro día a día y son un medio tanto de información como de comunicación entre usuarios. Para las ONG representan una oportunidad para participar en la conversación y el diálogo de la causa que defienden, así como acercarse más a su base social, ampliar el círculo de influencia o servir de apoyo a la comunicación para la captación de fondos privados

La transformación digital supone un reto para el tercer sector que se traducirá en oportunidad si no se queda relegado demasiado tiempo y saca partido a estas herramientas. Las RR.SS son una estrategia más del marketing digital junto a otras como el Posicionamiento en buscadores (SEO), E-mail marketing, comercio electrónico, analítica web, videomarketing, etc. El objetivo del curso es poner foco en ofrecer claves prácticas para la gestión de las redes sociales sin pagar publicidad. No se trata de estar en todas las redes sociales sino en decidir estratégicamente para qué estar y dónde, pudiendo organizar de manera óptima el trabajo diario.

Este curso intensivo quiere dirigirse de una manera práctica a profesionales del Tercer Sector que sin tener conocimientos específicos sobre la materia o que no cuenten con recursos específicos, puedan gestionar de una manera útil y eficaz las redes sociales en las que su entidad esté presente

OBJETIVOS

- Adquirir ideas claras y aplicables que faciliten la estrategia en redes sociales de una organización: planificación, ejecución, evaluación y ajuste
- Contribuir a profesionalizar la gestión de RR.SS. en entidades del Tercer Sector
- Ofrecer al alumnado una metodología de trabajo y herramientas básicas para gestionar con eficacia su día a día
- Dotar al alumnado de un equilibrado conocimiento teórico-práctico para llevar a cabo un plan de social media y el calendario editorial

ALUMNADO

Esta formación online está dirigida a personas que sin ser expertas en comunicación digital o community manager, puedan llevar a cabo las tareas habituales en la gestión de redes sociales en sus entidades

Metodología: Formación online en LMS o plataforma e-learning de Enclave Social, intuitiva y fácil de usar, con lecciones y contenidos propios prácticos, anexos, foros de debate, chats y mensajería que facilitará la comunicación de tutorías.

Se incluirán webinars temáticos donde el profesorado del curso expondrá los principales contenidos, experiencias reales y ofrecerá la resolución de dudas y consultas. Quien no pueda participar en directo podrá acceder al video de la sesión de forma diferida que será contenido complementario del curso.

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

PROCEDIMIENTO DE MATRÍCULA

Cualquier persona interesada deberá rellenar la ficha de inscripción online disponible en la página web enclavesocial.coop 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 **647 582 648**

FORMA DE PAGO

Mediante transferencia bancaria a:
IBAN: ES17 0237 6000 1091 7021 1195

Titular de la cuenta:
Asociación de Iniciativas de Formación y Empleo - AIFE

Concepto:
nº de factura y nombre del alumno/a

TEMARIO

MÓDULO I. LAS REDES SOCIALES COMO ALIADAS PARA LA VISIBILIDAD DE TU ONG. Decide por qué, para qué y dónde estar

- El auge de las Redes Sociales y la oportunidad que ofrecen a las ONG. Razones para trabajar la visibilidad digital de mi organización. La lucha por captar la atención, el discurso y mantener la conversación digital
- ¿Para qué quiero estar en Redes Sociales?. Planificación, organización y evaluación de contenidos. Definición de métricas e indicadores clave de rendimiento (KPI)
- Perfiles de las principales RR.SS y perfil de usuarios. La importancia de elegir dónde estar para mantener la interacción con la comunidad

ANEXOS. Claves para la elaboración de un mínimo plan de Social Media siguiendo una guía. Diferencias entre un Community Manager y un Social Media Manager. Las redes sociales son una parte del marketing digital. Evolución de la Internet (de la era 1.0 a la 4.0). Glosario de términos para un Community Manager

MODULO II. CLAVES PARA GESTIONAR LAS REDES SOCIALES Creación de contenidos, gestión de comunidades, medición de resultados y análisis de competencia

- Prepárate antes de publicar. Organiza tu nevera de contenidos y calendario editorial. “Puesta a punto” de los perfiles en redes sociales. Recopilación del material corporativo (tipografías, imágenes, logos, etc)
- ¿Cómo publico mis contenidos? Consejos para redactar contenidos atractivos. Copywriting (Descripción, menciones, cuerpo de texto, CTA (call to action), emoticonos, uso de gifs, infografías, uso de hashtags). Programación vs publicación de contenido acorde con los mejores horarios según las estadísticas
- Mantener la interacción. Claves para gestionar la comunidad: preguntas, comentarios, mensajes directos. Búsqueda de temáticas, actualidad y análisis de la competencia
- Medición de resultados. Elección de métricas clave según objetivo y ajustes periódicos para mejorar el rendimiento de las publicaciones.

ANEXOS. Plantilla de Nevera de contenidos. Plantilla de Calendario editorial. Plantilla para estudio de Hashtags. Herramientas de apoyo: Metricool, Canva. Plantilla para medición de resultados

MÓDULO III. CONSEJOS PRÁCTICOS E INNOVACIÓN.

- Radiografía básica de las principales redes sociales. Características, estrategias de contenido, claves y consejos de cada red social.
 1. Facebook, Twitter, Instagram, Linked in y Youtube
 2. Pinterest, Slideshare e Ivoox
- Claves para mantenerte al día en un mundo en constante cambio. Curación de contenidos, la “escucha social” y las tendencias.

ANEXOS. Informe del IAB. Anexo de ejemplos de ONG

Elaboración de un test de evaluación con 10 preguntas

DOCENTE

Laura Toronjo

Qué NO esperar de este curso:

- Este curso está enfocado en la gestión profesional de las redes sociales mediante contenido orgánico SMO (Social Media Optimization). Por tanto, no se abordarán aspectos relacionados con la gestión de la publicidad en redes sociales, SMM (Social Media Marketing)
- Un detalle exhaustivo de todas las funcionalidades de todas las redes sociales actuales.



Pl. de las Tendillas, 1, 6^a Planta
14002 Córdoba
647 582 648 / 957 474 598
programas@enclavesocial.org
www.enclavesocial.coop