

GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN EN ORGANIZACIONES ARTÍSTICAS Y CULTURALES (Cómo obtener visibilidad en los medios de comunicación.

Periodistas, aliados imprescindibles) **CURSO PRESENCIAL**

1. PRESENTACIÓN

La falta de visibilidad o trascendencia pública suele ser un hándicap para la mayoría de las empresas, proyectos e iniciativas culturales. En numerosas ocasiones, debido a la falta de conocimiento sobre las características de los distintos medios de comunicación (escritos y digitales) y sobre todo, de las peculiaridades de los y las profesionales de la comunicación (redactores, críticos culturales, fotógrafos), sus tiempos y sus formas de trabajo. El objetivo principal es ofrecer a las personas asistentes todos los conocimientos teóricos y prácticos necesarios para conocer y afrontar la comunicación y el protocolo como fórmulas de visibilidad de sus organizaciones, de una manera sencilla y práctica.

2. DESTINATARIOS

Profesionales de la gestión del conocimiento (documentalistas, bibliotecarios, gestores de información); y la cultura (conservación, restauración y rehabilitación de bienes culturales hasta la gestión de la cultura y el patrimonio cultural, pasando por la arqueología, arquitectura o la historia del arte, sin olvidarnos de la historia en todas sus especialidades).

3. OBJETIVOS

- Conocer el actual panorama comunicativo en las organizaciones públicas y privadas.
- Aprender a utilizar las herramientas de comunicación más habituales y necesarias. Dotar de los recursos necesarios para desarrollar y mejorar su destreza comunicativa, a favor de su organización.
- Analizar las posibilidades de comunicación –interna y externa- de las organizaciones, así como sus funciones y papel dentro del Plan Estratégico de Comunicación.
- Conocer qué es una crisis, sus características y tipologías. Aprender a comunicar la crisis, convirtiéndola en la mejor fórmula para su resolución.
- Analizar desde un punto de vista práctico casos reales de buenas y malas praxis en comunicación.

4. CONTENIDOS

BLOQUE 1: “La Estrategia de Comunicación, punto de partida”. **Los medios y la cultura. Qué comunicar, nuevas estrategias.**

BLOQUE 2: “Herramientas de comunicación para organizaciones culturales”. **Fórmulas tradicionales (Nota de prensa, Dossier de prensa, Convocatorias y encuentros con los medios); Otras fórmulas digitales; y Patrocinio y Mecenazgo, Comunicación por acción.**

BLOQUE 3: “La comunicación interna de las organizaciones”. **Cómo gestionarla con éxito.**

BLOQUE 4: “Comunicar la crisis. Oportunidades”. **¿Qué es una crisis? Tipos y herramientas para afrontarlas. Manual y salidas a las crisis.**

BLOQUE 5: “Tipos de encuentros con los medios”. **Convocatorias de prensa, Photocall, Ruedas de prensa, canutazos, comparecencia, desayunos y almuerzos informativos. Viajes de prensa y otros encuentros.**

BLOQUE 6: “Cómo preparar un encuentro con los medios. Estrategias”. **Estructura del acto, material a distribuir, condiciones de celebración (espacio), el Portavoz de la empresa. Protocolo a seguir.**

BLOQUE 7: “Particularidades de los medios de comunicación” **Cortes de sonido e imagen, acondicionamiento del espacio, distribución eficiente (cámaras, micros y fotógrafos), condiciones técnicas decoración, sonido y colores, discursos y tiempos de grabación.**

BLOQUE 8: “Las necesidades de los/las profesionales de la información” **Redactores (documentación a entregar y ubicación) y fotógrafos (espacio, puntos de foto, iluminación, tiempos de grabación).**

BLOQUE 9: “La relación con los medios y sus profesionales” **El trato con periodistas, emisión, tratamiento y dosificación de la información. Confidencialidad y credibilidad. La importancia del seguimiento y análisis de la información.**

BLOQUE 10: Conclusiones

5. METODOLOGÍA DIDÁCTICA

El curso, en modalidad PRESENCIAL se dividirá en dos jornadas. Primera jornada: De 9:00 a 14.30 h. y de 16.00 a 20.00 h. Segunda jornada: De 9:00 a 15:00 h.

6. CALENDARIO E INSCRIPCIONES

Fechas del curso: 26 y 27 de febrero.

Duración: 15 horas.

Nº de plazas: 30.

Plazo de inscripción: Hasta el 15 de febrero.

Lugar de celebración: Madrid. **Espacio La Industrial**, Calle de San Andrés, 8 Local, 28004 Madrid (Metro Tribunal/Noviciado).

Más información: comunicacion@gecaandalucia.org

7. PRECIO Y CERTIFICACIÓN

Precio: 75 € (general) y 60€ (socios de ACRE, GECA, AMMA, APS y FEAGC).

Certificación: ACRE y GECA certificarán el aprovechamiento del alumnado del curso, indicando el título del curso, la dirección académica y el número de horas. El certificado se enviará por correo e-mail.

8. STAFF.

Dirección y docencia: Susana Muñoz Bolaños. *Caliope Comunicación*. Periodista, experta en Protocolo y organización de actos y Fundraiser. **Organiza:** ACRE, en colaboración con la Asociación de Gestores Culturales de Andalucía (GECA).

