CURSO: COMUNICACIÓN APLICADA AL ÁMBITO DE LA DONACIÓN Y TRASPLANTES

VIRTUAL, 7 DE FEBRERO A 12 DE ABRIL DE 2022

GOBIERNO DE ESPAÑA MINISTERIO DE SANIDAD

ONT ORGANIZACIÓN NACIONAL DE TRASPLANTES

Junta de Andalucía
Consejería de Salud y Familias
SERVICIO ANDALUZ DE SALUD

Junta de Andalucía
Consejería de Salud y Familias
ESCUELA ANDALUZA DE SALUD PÚBLICA

DIRIGIDO A

Este curso avanzado sobre comunicación y trasplantes está dirigido a:

- Coordinadores de trasplantes intrahospitalarios, profesionales de las coordinaciones autonómicas de trasplantes, profesionales de la ONT.

Criterios de selección de alumnos:

- Distribución equitativa territorial, orden de inscripción, grado de responsabilidad en la comunicación dentro de su organización.

Procedimiento de inscripción:

La solicitud al curso se realizará a través del siguiente enlace: https://easp.ws/c/26P57W

Fecha límite de recepción de solicitudes: **hasta el 11 de enero de 2022** (incluido)

Nº de plazas: 25. La inscripción es gratuita.

Una vez realizada la selección, desde la Secretaría de la EASP le comunicarán el resultado

OBJETIVOS

Objetivo general: profundizar en la comunicación con los medios de comunicación tradicionales y en la comunicación 2.o en el ámbito de la donación y trasplantes, desde una perspectiva estratégica. El cambio que se estaba generando en comunicación de las organizaciones sanitarias por la interrupción de las redes sociales, se ha visto acrecentado durante la pandemia por COVID-19, por lo que es imprescindible conocer cómo sacar el máximo rendimiento a las redes sociales para garantizar aspectos como la información de calidad, la participación y la escucha activa de forma planificada.

Objetivos específicos:

- Profundizar en la importancia de una buena comunicación institucional en el ámbito de la salud y de la donación y trasplantes.
- Profundizar en el concepto de la comunicación 2.0 y su evolución en los últimos años y qué puede aportar en la implementación de la estrategia autonómica de trasplantes.
- Conocer experiencias de interés y buenas prácticas de comunicación en donación y trasplantes.
- Aprender a planificar la comunicación de las coordinaciones autonómicas de trasplantes –diseñar un Plan Social Media-.
- Conocer las claves para diseñar un protocolo de crisis de comunicación.
- Aprender las claves para la planificación del trabajo diario en redes sociales.
- Conocer la importancia de la evaluación, así como algunas herramientas de monitorización y seguimiento.
- Mejorar las competencias y habilidades para hablar en público y dirigirse a los medios de comunicación tradicionales: radio, prensa y televisión.

METODOLOGÍA

La metodología será en todo momento participativa, incluyendo algunas partes de exposición de conceptos teóricos, claves para el uso de algunas herramientas y muestra de proyectos o buenas prácticas en el entorno 2.o. Se usarán vídeos y dinámicas en diferentes redes sociales.

La participación del alumnado y el intercambio de información, recursos, opiniones, etc. será clave para la asimilación de contenidos. Se realizarán ejercicios prácticos en cada uno de los módulos.

NOTA IMPORTANTE: Para la realización del curso es imprescindible que cada participante disponga de un ordenador, conexión a Internet y una cuenta de gmail.

EVALUACIÓN

Cada módulo dispondrá de ejercicios, clases virtuales síncronas y dinámicas en los que se pedirá la participación del alumno.

A lo largo del curso se realizarán diferentes prácticas. Para superar el curso es necesario realizar el 85% de las actividades planteadas durante el curso.

HORAS LECTIVAS

40 Horas virtuales

FECHAS DE REALIZACIÓN

Virtual: del 7 de febrero al 12 de abril de 2022.

COORDINACIÓN Y EQUIPO DOCENTE

Amelia Martín Barato (coordinación): Licenciada en Periodismo y experta en Promoción de la Salud y en Comunicación Corporativa y Comunicación 2.0. Escuela Andaluza de Salud Pública.

Manuela López Doblas (coordinación): Licenciada en Periodismo, Postgrado en Comunicación y Salud, experta en Promoción de la Salud y en Comunicación 2.0. Escuela Andaluza de Salud Pública.

Joan Carles March: Doctor en Medicina. Máster en Salud Pública. Amplia experiencia en docencia sobre comunicación y trasplantes. Escuela Andaluza de Salud Pública.

David Gómez Domínguez: Licenciado en Documentación y gestor del conocimiento en el Observatorio de la Infancia de Andalucía. Agencia de Servicios Sociales y Dependencia de Andalucía.

José Miguel Pérez Villares: Especialista en Medicina Intensiva. Coordinador Autonómico de Trasplantes de Andalucía.

Julia Gómez Ruiz. Secretaria de Investigación de la EASP. julia.gomez.easp@juntadeandalucia.es

1 COMUNICACIÓN EN DONACIÓN Y TRASPLANTES • Introducción: una buena comunicación en salud en general, y en donación y trasplantes en particular. • Introducción a la comunicación 2.0 y su evolución. • Plan de trabajo y campus virtual. **FECHAS:** del 7 al 20 de febrero. **DURACIÓN ESTIMADA:** 5 horas	**2 NUEVAS HERRAMIENTA DE COMUNICACIÓN Y PARTICIPACIÓN. USOS, LENGUAJES, ESTILOS Y TENDENCIAS.** • Salud 2.0, ¿dónde estamos? • Experiencias inspiradoras de comunicación. • Análisis de situación de partida y análisis de competencia **FECHAS:** del 21 al 27 de febrero. **DURACIÓN ESTIMADA:** 5 horas
3 LA COMUNICACIÓN COMO ESTRATEGIA • La estrategia de comunicación y el plan social media como herramienta. • Definición de objetivos y públicos objetivos de una coordinación de trasplantes. • Conociendo otras estrategias: el hospital Reina Sofía como un caso de éxito. **FECHAS:** Del 28 de febrero al 6 de marzo. **DURACIÓN ESTIMADA:** 5 horas	**4 EJECUCIÓN DE LA ESTRATEGIA. DISEÑANDO ACCIONES DE COMUNICACIÓN.** • Gestión de redes sociales de más uso. • Diseñando acciones para cada canal de comunicación. • La planificación como herramienta de trabajo. **FECHAS:** Del 7 al 13 de marzo. **DURACIÓN ESTIMADA:** 5 horas
5 GESTIÓN DE CRISIS • Comunicar en situaciones de crisis. • Claves para gestionar situaciones de crisis en general, y crisis 2.0 • Ejemplos de crisis: ¿y en el ámbito de la donación y trasplantes? • Protocolo de crisis: algunos ejemplos. **FECHAS:** Del 14 al 23 de marzo **DURACIÓN ESTIMADA:** 7'5 horas	**6 SEGUIMIENTO Y MONITORIZACIÓN.** • Herramientas para realizar el seguimiento de la actividad de un proyecto o institución en las redes sociales • Informes de impacto de la actividad desarrollada en redes sociales. **FECHAS:** Del 24 al 30 de marzo. **DURACIÓN ESTIMADA**: 5 horas
7 HABILIDADES DE COMUNICACIÓN • Claves para trabajar con los medios de comunicación • Claves para estar ante un micro y una cámara – o participación videoconferencias-. • Consejos para participar en encuentros virtuales. **FECHAS**: Del 31 de marzo al 10 de abril. **DURACIÓN ESTIMADA**: 7'5 horas	