

CURSO: COMUNICACIÓN APLICADA AL ÁMBITO DE LA DONACIÓN Y TRASPLANTES

VIRTUAL, 7 DE FEBRERO A 12 DE ABRIL DE 2022



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 2.0 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 2.0. 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

<p>1 COMUNICACIÓN EN DONACIÓN Y TRASPLANTES</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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. <p>FECHAS: del 7 al 20 de febrero.</p> <p>DURACIÓN ESTIMADA: 5 horas</p>	<p>2 NUEVAS HERRAMIENTA DE COMUNICACIÓN Y PARTICIPACIÓN. USOS, LENGUAJES, ESTILOS Y TENDENCIAS.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Salud 2.0, ¿dónde estamos? • Experiencias inspiradoras de comunicación. • Análisis de situación de partida y análisis de competencia <p>FECHAS: del 21 al 27 de febrero.</p> <p>DURACIÓN ESTIMADA: 5 horas</p>
<p>3 LA COMUNICACIÓN COMO ESTRATEGIA</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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. <p>FECHAS: Del 28 de febrero al 6 de marzo.</p> <p>DURACIÓN ESTIMADA: 5 horas</p>	<p>4 EJECUCIÓN DE LA ESTRATEGIA. DISEÑANDO ACCIONES DE COMUNICACIÓN.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gestión de redes sociales de más uso. • Diseñando acciones para cada canal de comunicación. • La planificación como herramienta de trabajo. <p>FECHAS: Del 7 al 13 de marzo.</p> <p>DURACIÓN ESTIMADA: 5 horas</p>
<p>5 GESTIÓN DE CRISIS</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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. <p>FECHAS: Del 14 al 23 de marzo</p> <p>DURACIÓN ESTIMADA: 7'5 horas</p>	<p>6 SEGUIMIENTO Y MONITORIZACIÓN.</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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. <p>FECHAS: Del 24 al 30 de marzo.</p> <p>DURACIÓN ESTIMADA: 5 horas</p>
<p>7 HABILIDADES DE COMUNICACIÓN</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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. <p>FECHAS: Del 31 de marzo al 10 de abril.</p> <p>DURACIÓN ESTIMADA: 7'5 horas</p>	

GUÍA DIDÁCTICA

COMUNICACIÓN APLICADA AL ÁMBITO DE LA DONACIÓN Y TRASPLANTES

VIRTUAL, 7 DE FEBRERO A 12 DE ABRIL DE 2022



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.

OBJETIVOS

Objetivo general: profundizar en la comunicación con los medios de comunicación tradicionales y en la comunicación 2.0 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 2.0. 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

Antes de la realización del curso los alumnos deberán realizar un pre-test y tras la finalización de la última unidad, un post-test de conocimientos. 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 Doblás (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 Cerdá: 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. Escuela Andaluza de Salud Pública



COMUNICACIÓN EN DONACIÓN Y TRASPLANTES

OBJETIVOS

1. Profundizar en la importancia de una buena comunicación institucional en salud.
2. Analizar los cambios que ha supuesto la irrupción de la web 2.0, y la pandemia por COVID-19, en la comunicación en salud.
3. Conocer el campus virtual y el plan de trabajo.

CONTENIDOS

- 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.

DOCENTES DEL MÓDULO

Manuela López

Joan Carles March

Amelia Martín

David Gómez

José Miguel Pérez Villares

Fechas: Del 7 al 20 de febrero.

Duración estimada: 5 horas

Clase Virtual: Equipo docente o persona experta invitada. Asistencia y entrega de resumen obligatorio.

Ejercicio: Participación en el Foro: Presentación en el Foro, incluyendo aquellas redes sociales que uses de forma profesionales y una breve reflexión sobre qué crees que pueden aportar los medios sociales al ámbito de la donación y trasplantes.

2

NUEVAS HERRAMIENTA DE COMUNICACIÓN Y PARTICIPACIÓN. USOS, LENGUAJES, ESTILOS Y TENDENCIAS.

OBJETIVOS

1. Profundizar en la Salud 2.0, sus tendencias y herramientas.
2. Conocer experiencias inspiradoras y de referencia en comunicación en general, y en donación y trasplantes en particular.
3. Aprender a realizar un análisis de situación de partida. ¿Dónde estamos y cómo lo hacemos?

CONTENIDOS

- Salud 2.0, ¿dónde estamos?
- Experiencias inspiradoras de comunicación.
- Análisis de situación de partida y análisis de competencia

DOCENTES DEL MÓDULO

Manuela López

Joan Carles March

Amelia Martín

José Miguel Pérez Villares

Fechas: Del 21 al 27 de febrero

Duración estimada: 5 horas

Clase Virtual: Equipo docente o persona experta invitada. Asistencia y entrega de resumen obligatorio.

Ejercicio: Conocer qué están haciendo otras organizaciones o proyectos en comunicación es clave para aprender, es lo que se denomina **Análisis de la competencia o de referentes /líderes.**

El ejercicio en este módulo consiste en identificar una institución, proyecto/ o profesional –puede ser del ámbito de la salud en general o de la donación/trasplantes en particular- que consideres que lo está haciendo bien en comunicación en cuanto a canales, contenidos, impacto, formatos, etc. Sube a este espacio un documento con la siguiente información:

- Nombre de la institución/proyecto/profesional y su perfil en redes.
- Breve justificación de porqué consideras que es una referencia en comunicación.

¡Observar a aquellos que mejor lo hacen nos puede servir de inspiración y aprendizaje!

3

LA COMUNICACIÓN COMO ESTRATEGIA

OBJETIVOS

1. Claves para diseñar una estrategia de comunicación y un plan social media.
2. Aprender a definir objetivos de comunicación.
3. Aprender a identificar públicos objetivos.
4. Analizar estrategias de comunicación de éxito.

CONTENIDOS

- 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.

DOCENTES DEL MÓDULO

Manuela López

Joan Carles March

Amelia Martín

Fechas: Del 28 de febrero al 6 de marzo.

Duración estimada: 5 horas

Clase Virtual: Equipo docente o persona experta invitada. Asistencia y entrega de resumen obligatorio.

Ejercicio: Responde a las siguientes preguntas de forma argumentada:

- ¿Cuáles son los objetivos de comunicación de una (tu) coordinación de trasplantes?
- ¿Cuáles son los públicos objetivos de una (tu) coordinación de trasplantes?

4

EJECUCIÓN DE LA ESTRATEGIA. DISEÑANDO ACCIONES DE COMUNICACIÓN

OBJETIVOS

1. Proporcionar consejos e ideas clave para gestionar las redes sociales de más uso.
2. Aprender a identificar líneas de contenido y a diseñar acciones por cada medio social.
3. Claves para la planificación de contenidos.

CONTENIDOS

- Gestión de redes sociales de más uso.
- Diseñando acciones para cada canal de comunicación.
- La planificación como herramienta de trabajo.

DOCENTES DEL MÓDULO

Manuela López

Joan Carles March

Amelia Martín

David Gómez

Fechas: Del 7 al 13 de marzo.

Duración estimada: 5 horas

Clase Virtual: Equipo docente o persona experta invitada. Asistencia y entrega de resumen obligatorio.

Ejercicio: En este ejercicio vamos a practicar el diseño y planificación de acciones de comunicación 2.0. Es muy fácil, sólo tienes que seleccionar dos líneas de contenido de las aportadas en este módulo y diseñar una acción para cada línea de contenidos. Lo ideal es trabajar en formatos diferentes, e inspirarte en las experiencias vistas a lo largo del curso.

5 GESTIÓN DE CRISIS

OBJETIVOS

1. Aprender a identificar una crisis
2. Aprender claves para gestionar una crisis en general, y una crisis 2.o. en particular.
3. Identificar posibles situaciones de crisis en el ámbito de la donación y trasplantes.
4. Aprender a elaborar un protocolo de crisis.

CONTENIDOS

- 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.

DOCENTES DEL MÓDULO

Manuela López
Joan Carles March
Amelia Martín

Fechas: Del 14 al 23 de marzo

Duración estimada: 7'5 horas

Clase Virtual: Equipo docente o persona experta invitada. Asistencia y entrega de resumen obligatorio.

Ejercicio: Tras revisar las posibles crisis de comunicación de una coordinación de trasplantes, y las recomendaciones sobre gestión de crisis aportadas, selecciona dos de los temas y prepara los siguientes puntos para su gestión:

- Principales argumentos
- Principales portavoces
- Formato y canal para su gestión

6

SEGUIMIENTO Y MONITORIZACIÓN

OBJETIVOS

1. Conocer el uso y manejo de herramientas para realizar el seguimiento de la actividad de un proyecto o institución en las redes sociales.
2. Conocer el plan de trabajo y las características de los informes de impacto de la actividad desarrollada en redes sociales.

CONTENIDOS

- 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.

DOCENTES DEL MÓDULO

David Gómez

Manuela López

Fechas: Del 24 al 30 de marzo

Duración estimada: 5 horas

Clase Virtual: Equipo docente o persona experta invitada. Asistencia y entrega de resumen obligatorio.

Ejercicio: Elaboración de una tabla de recogida de datos para cada canal contemplado en la estrategia de comunicación.



HABILIDADES DE COMUNICACIÓN

OBJETIVOS

1. Mejorar las competencias y habilidades para dirigirse a los medios de comunicación.
2. Mejorar las competencias y habilidades para estar ante un micro y una cámara y para hablar en público.
3. Consejos para participar en videoconferencias, webinars, congresos online, etc. –Práctica ZOOM-

CONTENIDOS

- 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.

DOCENTES DEL MÓDULO

Manuela López

Joan Carles March

Amelia Martín

David Gómez

José Miguel Pérez Villares

Fechas: Del 31 de marzo al 10 de abril

Duración estimada: 7,5 horas

Clase Virtual: Equipo docente o persona experta invitada. Asistencia y entrega de resumen obligatorio.

Ejercicio: **Aplicación práctica de las habilidades de comunicación y de presentación en público trabajadas en esta Unidad.** Realización de un vídeo de 1 minuto de duración como máximo sobre un tema de interés relacionado con tus objetivos de comunicación dentro del ámbito de la Donación y Trasplantes. Elige el tema y explica en un minuto tus mensajes o ideas fuerza siguiendo las recomendaciones. Recuerda, debe estar toda la información necesaria, un minuto es poco tiempo por lo que deberás de trabajar y preparar cuidadosamente tu intervención previamente, cuida todos los aspectos de la comunicación verbal y no verbal, y debe ser un mensaje claro, comprensible y motivador para tu audiencia. Puedes grabarte con el móvil y subir tu vídeo al espacio indicado.