



Día 1

1. Introducción al curso y presentación de cada uno de los participantes.
2. La producción de contenidos de comunicación. ¿En qué realidad comunicamos los valores sindicales? ¿Cómo impactar positivamente en ese escenario? Enfoque y encuadre. Agenda. Elaboración de textos a partir de una mirada crítica.
3. Características de las distintas redes sociales. Usos y aplicaciones de cada una. ¿Cómo elegir la más adecuada para nuestra organización?

Día 2

4. Relevamiento, análisis y diagnóstico de los perfiles de Facebook, Twitter o Instagram de cada uno de los sindicatos presentes. ¿Qué vemos a partir de los que vemos? ¿Qué comunicamos con lo que escribimos?
5. A partir del diagnóstico de los perfiles de cada sindicato identificamos áreas en las que trabajar para mejorar los perfiles de redes sociales. Planteamos desafíos y acciones concretas de comunicación.
6. Gestión de perfiles, estilo de escritura, uso, elección y tratamiento de imágenes en las distintas redes sociales. Trabajamos sobre las áreas identificadas en la segunda jornada.

Día 3

7. Comunicación y planificación en las redes sociales.
8. Claves para el diseño de un plan de comunicación. Planificación, acciones y comunicación. Ejercicio práctico de planificación anual.