



# PLAN DE FORMACIÓN

2013



Consejo de la  
JUVENTUD  
de España

[WWW.CJE.ORG](http://WWW.CJE.ORG)

EN EL PROCESO DE CONSTRUCCIÓN DEL PLAN ESTRATÉGICO DEL CONSEJO DE LA JUVENTUD DE ESPAÑA SE DETECTO COMO UNO DE LOS OBJETIVOS TRANSVERSALES MÁS IMPORTANTES COMO EL FORTALECIMIENTO DE LAS ENTIDADES Y ORGANIZACIONES MIEMBRO DEL CJE. UNA DE LAS PRINCIPALES VÍA DE FORTALECIMIENTO DE LAS ENTIDADES ES LA CAPACITACIÓN DE LAS MISMAS PARA SU LABOR DE TRANSFORMACIÓN SOCIAL. ESO HA HECHO QUE LA FORMACIÓN SE HAYA CONVERTIDO EN UNA DE NUESTRAS ÁREAS DE TRABAJO TRANSVERSALES Y EN QUE EL CONSEJO INVIERTA MÁS ESFUERZOS Y RECURSOS POR SU BENEFICIO DE CARA A LAS ENTIDADES.

### ¿QUÉ ES EL PLAN DE FORMACIÓN?

El Plan de Formación es la Herramienta con la que el CJE quiere fortalecer a sus entidades y consejos, ofreciendo una formación de calidad que no siempre está a su disposición y que de respuesta a sus demandas formativas. Para ello, se ha partido de la propuesta que surgió fruto del análisis de la situación de las entidades para la confección del Plan de Trabajo. Esto nos ha llevado a confeccionar una propuesta formativa dividida en “Píldoras formativas” partiendo de cursos monográficos e independientes que responden a necesidades formativas muy concretas y relacionadas con la gestión de las entidades y consejos; así como con su labor de sensibilización e incidencia política. De modo que los cursos que se ofertarán son:

- Gestión de Equipos e Inteligencia Emocional
- Formación Jurídica, fiscal y laboral a Consejos de Juventud
- Community Management en el Tercer Sector
- Políticas de Juventud
- Estrategias de Incidencia Política
- Portavocía
- Comunicación Audiovisual
- Financiación Alternativa

### ¿A QUIÉN VA DIRIGIDO?

El curso está dirigido fundamentalmente a las personas integrantes de la Juntas Directivas y Comisiones Permanentes de las entidades del Consejo de la Juventud de España. Haciendo especial hincapié en aquellas personas que ostentan las responsabilidades y las tareas a las que responden los cursos.

### ¿CÓMO ES EL PLAN DE FORMACIÓN?

Son 8 cursos monográficos con sesiones presenciales de fin de semana que oscilan entre las 12 y las 16 horas lectivas presenciales más una parte de trabajo on-line.

**MODALIDAD**

Talleres monográficos presenciales y semipresenciales, independientes e interconectados

**DURACIÓN****PRESENCIALES:**

12 o 16 horas

repartidas en un fin de semana.

**SEMIPRESENCIALES:**

38 horas presenciales

en 2 fines de semana

+ 8 horas on-line.

**DESARROLLO**

Todos los talleres se distribuyen a lo largo del año 2013 con una asiduidad de un fin de semana al mes, con el siguiente horario:

**VIERNES**

17:00 a 21:00

(Excepto en talleres de 12 horas)

**SÁBADO**

10:00 a 14:00 y 16:00 a 20:00

**DOMINGO**

10:00 a 14:00

**DESTINATARIOS**

Personas miembro de entidades que integran el CJE, hasta completar un máximo de 25 plazas por curso.

**PARTICIPACIÓN**

Los talleres están enfocados para que se pueda asistir de manera aislada a los diferentes monográficos, lo que permite a cualquier persona interesada hacerlo sin necesidad de participar en los otros.

**COORDINACIÓN**

Gonzalo Martín Muñoz.  
(Acais, Comunidad y Desarrollo S. Coop. Mad.)

**DOCENTES**

Personas expertas en las materias propuestas, con un marcado perfil didáctico y participativo.

**01 COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL**

EN ESTA ERA TECNOLÓGICA, ESTAMOS VIVIENDO LA ENÉSIMA REMODELACIÓN DE LAS FORMAS DE INTERCONEXIÓN PERSONAL, PASANDO EN POCOS AÑOS DE LA EVOLUCIÓN DEL TELÉFONO HACIA EL TELÉFONO MÓVIL, QUE PERMITÍA HACER LLAMADAS Y ENVIAR SMS, A LA REVOLUCIÓN DE LOS MODERNOS SMARTPHONE, QUE PERMITE RECIBIR, CAPTAR, PROCESAR Y ENVIAR TODO TIPO DE INFORMACIÓN DIGITAL A TRAVÉS DE INTERNET, CON ESPECIAL MENCIÓN A LAS IMÁGENES Y SONIDOS.

Estos sofisticados aparatos, junto con las cámaras de foto y video digitales, grabadoras digitales, tablets... etc., han contribuido a multiplicar en número y alcance las posibilidades interacción, por lo que se hace necesario explorar formas de comunicación más integrales y directas como la comunicación audiovisual, que permite que los mensajes lleguen a los destinatarios reduciendo el esfuerzo en la recepción de los mismos y que aprovecha el potencial simbólico del sonido y la imagen.

**01 COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL**  
DISEÑO GRÁFICO PARA ENTIDADES JUVENILES

CONTENIDOS

LEGUAJE VISUAL <b>2h</b>	PROPAGANDA / PUBLICIDAD <b>2h</b>	DISEÑO GRÁFICO <b>2h</b>
<p>Qué es y utilidad ¿Cómo nos llega? Concepto, Lenguaje ético, Legalismos y Propiedad intelectual.</p>	<p>Los recursos y los fines han definido la historia de la comunicación visual... hasta ahora: Campañas, Contrapublicidad, Marketing social y “de guerrilla” (medios no convencionales ante la falta de recursos)...</p>	<p>La creatividad bien entendida: resuelve tu comunicación: Imagen, color, tipografía, distribución... componentes necesarios. Ideas generales para buscar un máximo rendimiento con el mínimo esfuerzo. Producción y web: peculiaridades y recursos.</p>
TRATAMIENTO DE IMAGEN <b>2h</b>	TAREAS DE PROFUNDIZACIÓN Y FIJACIÓN DEL APRENDIZAJE <b>4h</b>	
<p>Una buena imagen vale más que mil retoques. Dónde conseguir imagen. Software para tratamiento de imagen y maquetación. Jardines donde no meterse.</p>	<p>Desarrollo de prácticas supervisadas a través de la plataforma on-line.</p>	

JAVIER DEL COBO

Diseñador Gráfico dedicado a aportar soluciones de comunicación para entidades y empresas: imagen corporativa, diseños y producción soporte papel y todo tipo de soluciones web.

*Formación específica: TIC,s para Intervención con Jóvenes, Diseño y Comunicación. Experiencia específica: Acciones formativas en áreas de comunicación interna/externa y creatividad.*

ADRIÁN AGUAYO LLANOS

Es Trabajador Social y Productor Audiovisual. Experto en comunicación social, e-learning y aplicación social y educativa de las Tecnologías de la Información y la Comunicación.

*Formación específica: Marketing Online, Photoshop, Fotografía y Fotografía Digital y Recursos Tecnológicos para la edición de publicaciones digitales. Experiencia específica: Técnico y Facilitador en aulas de acceso libre a internet y mediatecas; docente en Educación Compensatoria en “Taller de técnicas audiovisuales”*

FERNANDO DOMÍNGUEZ HERNÁNDEZ

Educador Social y Doctorado en Comunicación y Educación en la Red (UNED). Experto en comunicación social, e-learning y aplicación social y educativa de las Tecnologías de la Información y la Comunicación.

*Formación específica: diseño web y herramientas 2.0, edición de video, fotografía y audio. Experiencia específica: formador y consultor tecnológico, presencial y on-line.*

**01 COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL**  
EDIDCIÓN DIGITAL DE SONIDO Y PODCASTING

CONTENIDOS

---

EDICIÓN DIGITAL DEL SONIDO  
CON AUDACITY

**2h**

---

---

HERRAMIENTAS PARA  
GESTIONAR PRODUCCIONES  
SONORAS

**2h**

---

Podcasting. Hipertextualización y Sindicación (Feedburner y Twitterfeed). Catch (Audio, Imagen y Texto), Juice (Descarga automática de producciones a través de RSS) y Ivoox.

---

TÉCNICAS DE LOCUCIÓN Y  
EXPRESIÓN RADIOFÓNICA

**4h**

---

Lenguaje sonoro y recursos expresivos(voz, música, efectos sonoros y silencio). Realización práctica de una cuña radiofónica y campaña de sensibilización.

---

REALIZACIÓN PRÁCTICA DE UN  
PODCAST

**4h**

---

Alojado en la nube, aplicando las diferentes herramientas aprendidas en el módulo.

---

JOSE RAMÓN PLANALLES BASTANTE

---

Técnico de sonido para radiodifusión, Editor digital de audio y de Podcasting y Streaming en Onda Merlín Comunitaria (OMC Radio) y URCM (Unión de Radios Libres y Comunitarias de Madrid). Director de Contenidos digitales de la página web de OMC Radio: [www.omcradio.org](http://www.omcradio.org) , sistema SPIP ( Creative Commons) y Realizador del Informativo social, cultural y político: Más Voces Villaverde.

Locutor y redactor de diversas producciones sonoras, cobertura periodística de manifestaciones, programas especiales en materia de prevención de adicciones, género, convivencia, infancia y juventud, emitidas en streaming y difundidas mediante podcast en diversos portales web. Además, es responsable de formación en OMC Radio con 18 años de experiencia.

**01 COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL**  
PRODUCCIÓN DE VIDEO DIGITAL

CONTENIDOS

---

EL GUIÓN

**2 h**

---

De la idea a la historia. La estructura del guión; Escena, secuencia y plano; Guión técnico; Diálogos y personajes.

---

LENGUAJE AUDIOVISUAL

**2 h**

---

Tipos de planos; Movimientos de cámara; La puesta en escena; Dirección artística.

---

PREPRODUCCIÓN Y PRODUCCIÓN

**8 h**

---

El Storyboard y planificación; La "planta"; Desglose; Plan de rodaje, Localización; Crea tu propio equipo técnico (crane y grúa); El Rodaje; Equipo de Rodaje; Dirección de actores; La continuidad. (Desarrollo de ejercicios prácticos).

---

MONTAJE

**4 h**

---

El montaje, recursos estilísticos y narrativos del montaje, el sonido directo, los FX de sonido y la banda sonora.

---

MANUEL MENCHÓN

---

Es Realizador y guionista de publicidad para empresas e instituciones como RENFE o IBERIA. Ha participado en múltiples campañas de la importancia de la Candidatura Olímpica de Madrid 2012 y Madrid 2016. También ha realizado spots para ONGs como INTERMÓN OXFAM, MÉDICOS DEL MUNDO, marcas como ADOLFO DOMÍNGUEZ, CAJA MADRID e instituciones como el Ministerio de Defensa.

Además es el director del premiado largometraje documental MALTA RADIO (Premio Festival de Toulouse, Premio MIRADAS DOC, Premio Tirant de la Filmoteca de Valencia, Premio Festival Luis Buñuel, entre otros) Estrenado en cines en 2009. Y ha participado como guionista y/o realizador en múltiples documentales, largometrajes, tv movies, videoclips, etc.

Posee formación en Ciencias de la Información y está Diplomado en Magisterio de Audición y Lengüaje (UCM) y Diplomado en Realización y Dirección de Cine y TC (TAI), así como formación específica en interpretación, dramaturgia, elaboración de guiones y postproducción.

**02 COMMUNITY MANAGEMENT EN EL TERCER SECTOR**

LA IRRUPCIÓN DE LAS REDES SOCIALES Y LA FUERTE PRESENCIA DE LAS TIC,S, HAN CAMBIADO LA MANERA DE COMUNICACIÓN ENTRE LAS PERSONAS Y ENTIDADES, DE MANERA QUE EL CORREO ELECTRÓNICO EN POCOS AÑOS SE HA VISTO SUPERADO POR FORMAS MÁS INMEDIATAS DE COMUNICACIÓN INTERPERSONAL COMO FACEBOOK, TWITTER, LINKEDIN, SKYP, O EL WASAP. EN ESTE SENTIDO SE HACE NECESARIA LA PRESENCIA DE LAS ENTIDADES EN ESTAS Y OTRAS FORMAS DE COMUNICACIÓN Y DIFUSIÓN. SIN EMBARGO, DICHA PRESENCIA REQUIERE DE UNA GESTIÓN COHERENTE DE TODAS ESTAS HERRAMIENTAS PARA SACARLES UN PARTIDO SIN CAER PRESA DEL CAOS PERSONAL QUE PROPONEN.



02 COMUNITY MANAGEMENT EN EL TERCER SECTOR

CONTENIDOS

---

BLOQUE I

**12h**

- 
- Comunicación 2.0 y Publicación de Contenidos
  - Comunicación 2.0 y Entidades Sociales:
  - Gestores de contenidos: Weblogs (Wordpress):
  - Curación de contenidos: Paper.li y Scoop.it
  - Herramientas para la gestión de la información: Delicious, Diigo, Evernote,

---

BLOQUE III

**4h**

- 
- E-mail marketing
  - Correos masivos, boletines y sistemas de suscripción de contenidos: Rightinbox, Mailchimp...

---

BLOQUE V

**4h**

- 
- Posicionamiento en buscadores (SEO).
  - Técnicas de Posicionamiento Interno en los espacios web
  - Técnicas Posicionamiento Externo a los espacios web.
  - Optimización en los buscadores.
  - Otros conceptos relacionados: SMO y SEM
  - Monitorización y seguimiento de campañas: Google Analytics, Facebook (Páginas), BitLy...

---

BLOQUE II

**8h**

- 
- Herramientas al Servicio de las Redes Sociales
  - Difusión y promoción en las Redes Sociales (Principales Redes Sociales Generalistas: Facebook, twitter, tuenti..., Redes Especializadas: LinkedIn, Facecoop, N-1..., herramientas de creación de Redes Sociales: Elgg, Ning...).
  - Repositorios Sociales: Youtube, slideshare, flickr...
  - Aplicaciones profesionales para la gestión múltiple de las Redes Sociales: herramientas de sincronización, seguimiento, programación...

---

BLOQUE IV

**2h**

- 
- La figura del CM en el tercer sector: conocimientos, actitudes, capacidades y herramientas.

## 02 COMMUNITY MANAGEMENT EN EL TERCER SECTOR

### PERSONAL DOCENTE

---

#### FERNANDO DOMÍNGUEZ HERNÁNDEZ

---

Educador Social y Doctorado en Comunicación y Educación en la Red (UNED). Experto en comunicación social, e-learning y aplicación social y educativa de las Tecnologías de la Información y la Comunicación.

Formación específica: Diseño web (HTML, CSS y nociones de PHP y MySQL) y herramientas 2.0: redes sociales, comunidades virtuales, blogs, wikis...

*Experiencia específica: Dinamizador del equipo Demoplazas del Consejo de la Juventud de España, 2009. Responsable y codiseñador de la comunidad virtual demoplazas.com, y redes sociales. Desarrollador de acciones formativas innovadoras sobre la aplicabilidad de las TICs en el ámbito social y educativo.*

---

#### JAVIER DEL COBO

---

Diseñador gráfico.

*Formación específica: Formación de formadores/as, TIC,s para Intervención con Jóvenes, Diseño y Comunicación y diseño de páginas web.*

---

#### ADRIÁN AGUAYO LLANOS

---

Es Trabajador Social y Productor Audiovisual y Formador de formadores. Experto en comunicación social, e-learning y aplicación social y educativa de las Tecnologías de la información y la Comunicación.

*Formación específica: posicionamiento en buscadores (SEO-SEM) y Community Management. Experiencia específica: Gestor de plataformas de formación, páginas web y social media.*

**03 PORTAVOCIA**

PARA LAS ENTIDADES JUVENILES QUE INTEGRAN EL CJE, ANTE LA ACTUAL CRISIS DE CREDIBILIDAD SOCIAL Y POLÍTICA, SE HACE NECESARIA UNA FORMA DE COMUNICACIÓN MÁS COHERENTE CON LAS NECESIDADES DE LA JUVENTUD, DE MANERA QUE LOS MENSAJES TENGAN MAYOR CREDIBILIDAD Y SUENEN MÁS CERCANOS Y REALES. EN ESTE SENTIDO, LA COMUNICACIÓN ORAL EN PÚBLICO SUPONE LA FORMA MÁS CERCANA Y DIRECTA DE INTERACCIÓN CON UNA JUVENTUD SATURADA DE INFORMACIÓN Y ESCÉPTICA A LAS PROPUESTAS DE LAS ENTIDADES Y ORGANIZACIONES, SEA CUAL SEA SU SIGNO.

Se hace, por tanto, necesario el manejo de las destrezas necesarias para la comunicación oral en público, en sus diferentes facetas – portavocía, oratoria... - , adoptando una posición flexible y dialogante, que permita recuperar la confianza de población juvenil, que incorpore además elementos creativos y visuales para captar la atención de su audiencia.

## 03 PORTAVOCIA

### CONTENIDOS

---

#### ELABORACIÓN DEL DISCURSO

**4h**

- Análisis de la audiencia: poniéndonos en el lugar del otro.
- Finalidad del discurso: el punto de referencia para orientar la estrategia de comunicación.
- Contenidos: Estructura, Relieve, Hilo conductor, Narrativa, Cerebro y corazón, Humor y Emoción.

---

#### GESTIÓN EMOCIONAL

**4h**

- Miedo: Dominio de la ansiedad y miedo escénico.
- Compromiso emocional e intelectual con el discurso.

---

#### HABILIDADES DEL ORADOR

**4h**

- Lenguaje paraverbal y no verbal: Voz, Silencio, Mirada, Cuerpo y gestos.
- Gestión de la interacción: interpelación e incorporación.

---

#### HERRAMIENTAS DE APOYO

**4h**

- Notas: Organización de anotaciones guía.
- Presentaciones: Organización, estructura y visibilidad.

---

#### LARS BONELL

Licenciado en Ciencias de la Información (UCM) y Diploma de Estudios Avanzados en Educación (UNED). Doctorado en Educación (UNED). Profesional de Consultoría Social y Educativa S. Coop. Profesor en la Facultad de Ciencias Sociales del Centro Superior de Estudios Universitarios La Salle - Universidad Autónoma de Madrid.

Además es Formador especializado en Formación de Formadores, Comunicación en Organizaciones y Herramientas para la Animación Sociocultural y la Intervención Socioeducativa: (más de 4.000 horas de docencia y más de 3.000 horas de coordinación docente). Ponente en diversos espacios organizativos y académicos sobre temáticas relacionadas con la comunicación y la educación así como la economía social (más de 50 intervenciones).

Publicaciones relacionadas:

- Bonell, L. (2011): *Guía para el aprovechamiento de la dimensión comunicativa en los procesos formativos*. Sevilla: Fundación Andaluza Fondo de Formación y Empleo, Sevilla.
- Bonell, L. y Domínguez, R. (2006): *Asociaciones en Ruta: Guía de gestión organizativa para asociaciones de inclusión social*. Madrid: Ayuntamiento de Parla, Madrid.
- Bonell, L. y Ortega, J. (1998): *Guía de Comunicación para Asociaciones Juveniles*. Madrid: Dirección General de Juventud de la Comunidad de Madrid, Programa de Asociacionismo.
- Bonell, L. y Malagón, J. (1997): *El Análisis de la Comunicación en las Asociaciones Juveniles*, en José María Dávila y Rosa Rodríguez (coordinadores): *Guía de Comunicación para Asociaciones Juveniles*. Madrid: Popular.

**04 FINANCIACIÓN Y ECONOMÍA DEL PROCOMÚN**

DURANTE LOS ÚLTIMOS AÑOS SE ESTÁ VIVIENDO UNA CLARA RECESIÓN DEL ÁMBITO SOCIAL, ESPECIALMENTE EN EL SECTOR JUVENIL. RECORTES EN LAS SUBVENCIONES Y AYUDAS, DESAPARICIÓN DE ADMINISTRACIONES E INSTITUCIONES DESTINADAS A LOS JÓVENES, ASÍ COMO LA ABSORCIÓN (QUE NO FUSIÓN) DE SECCIONES Y CONCEJALÍAS DE JUVENTUD, HAN DADO LUGAR A UNA PRECARIZACIÓN DEL SECTOR QUE ENCUENTRA MUCHAS DIFICULTADES PARA EMPRENDER INICIATIVAS Y PROYECTOS, E INCLUSO SUBSISTIR.

Ante esta realidad cobran importancia formas alternativas de financiación y gestión de los recursos económicos como las diferentes estrategias de microfinanciación, u optar por la reducción de costes en la gestión de nuestras provisiones a través de las denominadas “open communities” y otras estrategias de colectivización que facilita la presencia de los procesos de comunicación 2.0.

**04 FINANCIACIÓN Y ECONOMÍA DEL PROCOMÚN**

**CONTENIDOS**

---

**EMPRENDIMIENTO SOCIAL, ECONOMÍA SOLIDARIA Y FINANZAS ÉTICAS**

**4h**

- Introducción a la economía social y solidaria: Introducción a la economía global, perspectivas económicas alternativas; Definición y principios.
- Introducción al emprendimiento social y a la gestión de ONL: Orígenes, características y claves, Competencias para la gestión, Claves de éxito y fracaso en la gestión de organizaciones sociales, Viabilidad económica y financiera de las entidades.

---

**MESA DE EXPERIENCIAS DE FINANCIACIÓN**

**4h**

- Herramientas de financiación de proyectos: Goteo, Coop57 y Comunidades de Autofinanciación.

---

**INTRODUCCIÓN A LAS FINANZAS ALTERNATIVAS Y SOLIDARIAS**

**4h**

- Impacto social y ambiental de las actividades bancarias, las inversiones y los negocios. Responsabilidad y ética en gestión del dinero.
- Dimensión socioeconómica finanzas alternativas y solidarias: Definición, características y claves, Clasificación de diferentes instrumentos, Herramientas de financiación para entidades sociales.

---

**AMPLIANDO LAS CAPACIDADES DE LAS COMUNIDADES. ECONOMÍA DEL PROCOMÚN**

**4h**

- Monedas sociales, bancos de tiempo y experiencias de trueque: Introducción ¿qué son y cómo funcionan?, Revisión de experiencias que existen en el estado español, Ampliando la capacidad de las comunidades.
- Procomún y economía colaborativa: ¿De qué estamos hablando?, Open Communities, Creative commons. Dimensión socioeconómica finanzas alternativas y solidarias: Definición, características y claves, Clasificación de diferentes instrumentos, Herramientas de financiación para entidades sociales

## 04 FINANCIACIÓN Y ECONOMÍA DEL PROCOMÚN

## PERSONAL DOCENTE

## IÑIGO BANDRÉS DE LUCAS

Licenciado en Ciencias Económicas (UAM) y Master en gestión y dirección de entidades no Lucrativas (UAM). Socio trabajador y promotor de Altekio, iniciativas hacia la sostenibilidad S. Coop. Mad. desde 2008, implementando proyectos de desarrollo comunitario vinculados al emprendimiento en economía social con jóvenes y migrantes, desempeñando funciones formativas, de acompañamiento y de consultoría.

Además, desde 2005 está implicado en movimientos de finanzas éticas y economía solidaria: Ha sido socio y miembro de la junta del Grupo de Apoyo a Proyectos de economía al servicio de las personas (GAP). Miembro de junta de REAS red de redes (red de economía alternativa y solidaria), desarrollando funciones de relaciones internacionales, y responsable de labores de comunicación y secretaría técnica en REAS-Madrid. Miembro de la Comisión Técnica de Coop57 en Madrid, entidad financiera en cuyo proceso de constitución participó activamente. Miembro invitado en la junta directiva de Fiare Zona Centro.

## MESA REDONDA:

GOTEO (crowdfunding the commons)

*Red social de financiación colectiva (aportaciones monetarias) y colaboración distribuida (servicios, infraestructuras, microtarefas y otros recursos), desde la que impulsar el desarrollo autónomo de iniciativas, creativas e innovadoras, que contribuyan al desarrollo del procomún, el conocimiento libre y/o el código abierto.*

COOP57

*Cooperativa de servicios que destina sus recursos propios a dar préstamos a proyectos de economía social que promuevan la ocupación, fomenten el cooperativismo, el asociacionismo y la solidaridad en general, y promuevan la sostenibilidad sobre la base de principios éticos y solidarios.*

COMUNIDADES DE AUTOFINANCIACIÓN

*Son pequeñas comunidades en las que los socios, (entre 10 y 30), aportan pequeñas cantidades de dinero que les permiten convertirse en propietarios de la CAF. Con el fondo creado se ofrecen pequeños créditos a los socios que sirven para cubrir gastos relativos a sus necesidades básicas.*

**05 GESTIÓN DE EQUIPOS E INTELIGENCIA EMOCIONAL**

ES LÓGICO, A ESTAS ALTURAS, QUE LAS ENTIDADES TIENDAN A “TECNOLOGIZAR” LOS PROCESOS DE COMUNICACIÓN, PERO NO POR ELLO DEBE OBVIAR SU LADO HUMANO, Y PARA ELLO ES NECESARIO RECUPERAR UNA ÓPTICA DE CUIDADO, TANTO EN LA GESTIÓN DE LOS EQUIPOS, COMO DE SUS PROCESOS COMUNICATIVOS, Y POR SUPUESTO EN LA GESTIÓN QUE SE HACE DEL TIEMPO EN LAS ENTIDADES.

Aspectos como la inteligencia emocional y el bienestar subjetivo cobran especial interés para mejorar el rendimiento y eficacia de los equipos de trabajo. En este sentido, conocer y manejar las nuevas tendencias comunicativas, así como las herramientas necesarias para su gestión, puede resultar agobiante, en caso de no incorporar el elemento emocional, que nos ayude a gestionar adecuadamente las relaciones interpersonales, el estrés y la frustración del trabajo y la actividad cotidiana.



## CONTENIDOS

---

### DESARROLLO DE LA INTELIGENCIA EMOCIONAL Y COMPETENCIA SOCIO-EMOCIONAL

**8h**

---

Alfabetización y Gestión emocional. Un mapa para vivir equilibradamente (Superar el estrés y la frustración).

---

### LA GESTIÓN DEL TIEMPO Y LA INTELIGENCIA EMOCIONAL

**4h**

---

La eficacia personal a partir de la adecuada gestión de las emociones. Detectar aspectos disfuncionales para reprogramar nuestros hábitos (PNL).

---

### HABILIDADES PARA LA GESTIÓN, COORDINACIÓN Y CUIDADO DE EQUIPOS

**4h**

---

Empatía e Intuición. Mirada apreciativa. Comunicación emocional y no violenta.

---

### MOTIVACIÓN DE LOGRO Y SENSACIÓN SUBJETIVA DE BIENESTAR

**8h**

---

La mejora del autoconcepto y la expectativa de éxito. Emociones positivas para ajustar el locus de control interno. La creatividad para superar la zona de confort.

---

### EL TRABAJO EN EQUIPO Y LA COORDINACIÓN EFICIENTE DE EQUIPOS DE TRABAJO

**8h**

---

Estructura y dinámica de los equipos. El reparto de tareas. Reuniones, interacción e inteligencia emocional.

---

### HERRAMIENTAS COLABORATIVAS ON-LINE DE TRABAJO EN EQUIPO

**8h**

---

Moodle, webex, teamVeawer, google drive...

---

GONZALO MARTÍN

---

Diplomado en Educación Social UCM y Máster en Psicoterapia Gestalt (IPG). Socio trabajador y fundador de Acaís, experto la coordinación y gestión equipos de trabajo y proyectos a medio y largo plazo, (más de 18.000 horas).

También es coordinador y docente en acciones formativas de carácter educativo y relacionado con la coordinación y gestión de equipos de trabajo y proyectos, con especial atención al ámbito del desarrollo de inteligencia emocional aplicada (más de 4.500 horas de formación).

Actualmente desarrolla sistemas de aplicación del desarrollo de la inteligencia emocional a diferentes ámbitos de la intervención socio-educativa, la docencia, la gestión de equipos y el coaching personal.

**06 POLÍTICAS DE JUVENTUD**

LA ACTUAL SITUACIÓN DE LOS JÓVENES ESTÁ MARCADA EN GRAN MEDIDA POR LAS POLÍTICAS DE JUVENTUD QUE REGULAN SU ACCESO A LOS RECURSOS Y SU CAPACIDAD DE INFLUENCIA EN EL DEVENIR SOCIAL, CULTURAL, POLÍTICO Y ECONÓMICO. POR ELLO ES NECESARIO PARA LAS ASOCIACIONES DEL CJE, ANALIZAR DICHAS POLÍTICAS, DE MANERA QUE SEAN CONSCIENTES DE LA SITUACIÓN Y DE LOS MÁRGENES DE ACTUACIÓN QUE LES CONCEDEN, DE CARA A MANTENER UNA ACTITUD CRÍTICA, CONSECUENTE Y RESPONSABLE EN LA ARQUITECTURA DE SU FUTURO.

## 06 POLÍTICAS DE JUVENTUD

### CONTENIDOS

---

#### POLÍTICAS DE JUVENTUD

**12h**

---

- Sociología de la juventud.
- El acceso a la vida adulta y la autonomía personal.
- Evolución de las políticas de juventud. Orientación actual y heterogeneidad.
- Marco legislativo y programas de participación juvenil.
- Posibilidades y alternativas.

## 07 ESTRATEGIAS DE INCIDENCIA POLÍTICA

ANTE EL ACTUAL PANORAMA SOCIO-POLÍTICO, MARCADO POR LA DISMINUCIÓN DE LA INFLUENCIA DEL TEJIDO SOCIAL (EN ESPECIAL EL JUVENIL) EN LOS DESIGNIOS DE LOS GOBERNANTES Y ADMINISTRADORES Y LA FALTA DE CREDIBILIDAD DE TODOS LOS ESTRATOS DE LA CLASE POLÍTICA, SE HACE NECESARIO RECURRIR A FORMAS DE LLEGAR A LA OPINIÓN PÚBLICA DESDE UN POSICIONAMIENTO CRÍTICO Y ÉTICO AL MISMO TIEMPO, QUE AGLUTINE EL SENTIMIENTO POPULAR JUVENIL Y PERMITA GENERAR CONFIANZA EN ALTERNATIVAS Y PROPUESTAS.

Para ello, las entidades deben conocer los mecanismos que permiten incidir de manera honesta y transparente en las decisiones políticas, así como la existencia de otros mecanismos menos lícitos, que se utilizan para influir, y la manera de contrarrestarlos.

07 ESTRATEGIAS DE INCIDENCIA POLÍTICA

CONTENIDOS

DE LA IDEA A LA ACCIÓN

**3h**

- Como conceptualizar y dar forma a una idea, trabajar con ella y hacer que llegue a los demás (partidos políticos, plataformas y organizaciones y/o sociedad en general)
- Estrategias de comunicación y organización.
- Desarrollo de un ejercicio práctico.

THINK TANKS

**2h**

- Que son y cómo funcionan.
- Como contrarrestar o neutralizar un mensaje ideológico dirigido lanzado por “los otros”

DE LA ACCIÓN A LA DIFUSIÓN

**5h**

- Como vehicular la idea y concepto.
- Valorar que medios son los idóneos para la acción. Como sacar máximo rendimiento a las herramientas tecnológicas sin que se pierdan matices del contenido.
- Como trasladar el concepto a redes sociales.
- Desarrollo de un ejercicio práctico.

LAS ALIANZAS

**2h**

- RED, COALICIÓN y LOBBY (diferencias, características y análisis de las mismas)
- Unificación del discurso.

MANUEL MENCHÓN

Director de campañas de sensibilización social, entre las que destacan en 2012 “Yo Estudíe en la Pública” (más de 750.000 visitas en you tube) y “Curar es un derecho” (Médicos del Mundo).

También ha desarrollado las campañas de Candidatura Olímpica de Madrid 2012 y Madrid 2016, así como diversas campañas de propaganda política y electoral:

- *Consejería de Sanidad, Día de la Mujer, Campaña de Reciclaje, Día de la Región, etc.(C.A. Castilla la Mancha).*
- *Campaña electoral 2004 candidato PSOE José Bono para la Comunidad Castilla la Mancha.*
- *Campaña electoral 2004 candidato PP Alberto Ruíz Gallardón para el ayuntamiento de Madrid.*
- *Candidatura Olímpica de Madrid 2012 y 2016.*

Además ha dirigido el Largometraje documental MALTA RADIO (Premio Festival de Toulouse, Premio MIRADAS DOC, Premio Tirant de la Filmoteca de Valencia, Premio Festival Luis Buñuel, entre otros) Estrenado en cines en 2009.

Posee formación en Ciencias de la Información y está Diplomado en Magisterio de Audición y Lengüaje (UCM) y Diplomado en Realización y Dirección de Cine y TC (TAI), así como formación específica en interpretación, dramaturgia, elaboración de guiones y postproducción.



## PLAN DE FORMACIÓN

### CALENDARIO DE CONTENIDOS

# 2013

ABRIL  
5, 6 y 7

**MONOGRÁFICO**  
GESTIÓN DE EQUIPOS E  
INTELIGENCIA EMOCIONAL I  
· *IE y competencia socioemocional (V-S 12 h).*

· *IE para la gestión del tiempo en equipos de trabajo (D 4h).*

Equipo docente:  
GONZALO MARTÍN

**@ 8h**

*Herramientas colaborativas on-line de trabajo en equipo.*

ABRIL  
26, 27 y 28

**MONOGRÁFICO**  
GESTIÓN DE EQUIPOS E  
INTELIGENCIA EMOCIONAL II  
· *IE para el trabajo en equipo (V/S 8h).*

*Habilidades para la gestión y cuidado de equipos (S/D 8h).*

Equipo docente:  
GONZALO MARTÍN

**@ 8h**

*Herramientas colaborativas on-line de trabajo en equipo.*

ABRIL  
19, 20 y 21

**MONOGRÁFICO**  
FORMACIÓN JURÍDICA, FISCAL Y LABORAL A CONSEJOS  
· *Análisis de las Formas Jurídicas (V/S 12 h).*

· *Obligaciones fiscales, laborales y contables (D 4 h).*

Equipo docente:  
COOPERATIVA ADEIA

**@ 4h**

MAYO  
10,11 y 12

**MONOGRÁFICO**  
COMMUNITY MANAGMENT EN EL 3ER SECTOR I  
· *Difusión y promoción en redes sociales\* (V-D 16h)*

Equipo Pedernal: FERNANDO DOMÍNGUEZ, ADRIÁN AGUAYO, JAVIER DEL COBO

**@ 8h**

*Desarrollo de prácticas en redes sociales.*

JUNIO  
31, 1 y 2

**MONOGRÁFICO**  
COMMUNITY MANAGMENT EN EL 3ER SECTOR II:  
· *Gestores de contenido y SEO\* (V-D 16h)*

Equipo Pedernal: FERNANDO DOMÍNGUEZ, ADRIÁN AGUAYO, JAVIER DEL COBO

**@ 8h**

*Desarrollo de prácticas en redes sociales.*

JUNIO  
15 y 16

**MONOGRÁFICO**  
POLÍTICAS DE JUVENTUD

· *Análisis de la juventud actual (V 4h).*

· *Evolución de la política de juventud (S 4h).*

· *Marco legislativo y participación juvenil (S 4h).*

Equipo Docente:  
CJE

SEPTIEMBRE  
14 y 15

**MONOGRÁFICO**  
ESTRATEGIAS DE INCIDENCIA POLITICA

· *Idea-Acción-Disfusión (S 8h).*

· *Think-Tanks / Alianzas (D 4h).*

Equipo docente:  
MANUEL MENCHÓN

OCTUBRE  
18, 19 y 20

**MONOGRÁFICO**  
PORTAVOCÍA

· *Oratoria y hh. Comunicativas (V/S 8h).*

· *Presentaciones A/V\* (S4h).*

· *Prácticas de oratoria (D4h).*

Equipo docente:  
LARS BONELL

NOVIEMBRE  
8, 9 y 10

**MONOGRÁFICO**  
COMUNICACIÓN A/V I:

· *Diseño gráfico\* (V/S 8h)*

· *Edición digital de sonido (Audacity)\* (S/D 8h)*

Equipo docente:  
EQUIPO PEDERNAL,  
JOSE RAMÓN PLANALLES

**@ 8h**

*Prácticas de diseño y podcasting*

NOVIEMBRE Y DICIEMBRE  
29, 30 y 1

**MONOGRÁFICO**  
COMUNICACIÓN A/V II:

· *Producción de videos digitales\* (V-D 16h)*

Equipo docente:  
MANUEL MENCHÓN

**@ 8h**

*Prácticas de diseño y podcasting*

DICIEMBRE  
13, 14 y 15

**MONOGRÁFICO**  
FINANCIACIÓN Y ECONOMÍA DEL BIEN COMÚN

· *Financiación y economía del bien común (V4h).*

· *Emprendimiento social y economía solidaria (S4h)*

· *Finanzas alternativas y solidarias (S4h)*

· *Experiencias de financiación, economía del procomún (D4h)*

Equipo docente:  
IÑIGO BANDRÉS Y  
PONENTES MESA REDONDA

CURSO MONOGRÁFICO	FECHAS	INICIO INSCRIPCIÓN	CIERRE INSCRIPCIÓN	DESTINATARIOS
Gestión de Equipos e Inteligencia Emocional I y II	5, 6 y 7 Abril	1 Marzo	18 Marzo	Directivos/as de las Entidades y Consejos del CJE
Formación Jurídica, fiscal y laboral a Consejos	19, 20 y 21 Abril	1 Marzo	1 Abril	Personas de las Comisiones Permanentes de los Consejos de Juventud Autonómicos
Community Managment en el 3er sector I y II	10,11 y 12 Mayo	1 Marzo	22 Abril	Responsables de Comunicación de las Entidades y Consejos del CJE
Políticas de Juventud	15 y 16 Junio	1 Marzo	31 Mayo	Directivos/as de las Entidades y Consejos del CJE Responsables de Juventud de las CC.AA y la FEMP
Estrategias de Incidencia política	14 y 15 Septiembre	1 Julio	30 Agosto	Directivos/as de las Entidades y Consejos del CJE
Portavocía	18,19 y 20 Octubre	1 Septiembre	3 Octubre	Directivos/as y Responsables de Comunicación de las Entidades y Consejos del CJE
Comunicación A/V I y II	8,9 y 10 Noviembre	1 Septiembre	24 Octubre	Responsables de Comunicación de las Entidades y Consejos del CJE
Financiación y economía del bien común.	13,14 y 15 Diciembre	1 Septiembre	28 Noviembre	Responsables de Finanzas y Directivos/as de las Entidades y Consejos del CJE



# PLAN DE FORMACIÓN

ORGANIZA:  
CONSEJO DE  
LA JUVENTUD  
DE ESPAÑA



Consejo de la  
**JUVENTUD**  
de España

[WWW.CJE.ORG](http://WWW.CJE.ORG)

COLABORA:  
ESCUELA PÚBLICA  
DE ANIMACIÓN  
DE MADRID

Escuela Pública  
de Animación y Educación  
en el Tiempo Libre  
Infantil y Juvenil

DIRECCIÓN GENERAL  
DE JUVENTUD Y  
DEPORTES



CONSEJERÍA DE EDUCACIÓN,  
JUVENTUD Y DEPORTE  
**Comunidad de Madrid**  
[www.madrid.org](http://www.madrid.org)

Montera, 24 6º pl 28013 Madrid  
T 91 701 04 20 F 91 701 04 40  
[WWW.CJE.ORG](http://WWW.CJE.ORG) [INFO@CJE.ORG](mailto:INFO@CJE.ORG)  
t @ \_ C J E \_