

<b>Nombre del curso o taller:</b>	Diseño, comunicación y salud pública: innovando con mercadeo social	
<b>Ponente(s):</b>	L.D.C.V. Nayeli Hernández Romero	
<b>Duración.</b>	9 horas	
<b>Propuesta de días y horarios:</b>	Viernes 10 de enero de 17 a 20 h Viernes 17 de enero de 17 a 20 h Viernes 24 de enero de 17 a 20 h	
<b>Modalidad:</b>  Presencial ( ) A distancia ( X ) Mixta ( )  En de mixto o a distancia especificar la plataforma a emplear:  Google Meet / Zoom	<b>Objetivo general:</b>	Que el estudiante adquiriera las habilidades y los conocimientos integrales de diseño y comunicación aplicados al mercadeo social para la salud pública, para crear estrategias efectivas que promuevan comportamientos saludables.
	<b>Objetivos específicos:</b>	
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Comprender de manera general los conceptos y fundamentos del mercadeo social para la salud pública.</li> <li>2. Revisar diversas plataformas y herramientas digitales que faciliten la creación, implementación y seguimiento de proyectos de mercadeo social para la salud pública.</li> <li>3. Conocer ejemplos prácticos de diseño y comunicación aplicados al mercadeo social en la salud pública.</li> <li>4. Desarrollar proyectos de mercadeo social para la salud pública, aplicando los conocimientos adquiridos en el curso, para crear campañas innovadoras y efectivas que promuevan comportamientos saludables y mejoren el bienestar comunitario.</li> </ol>	

<b>Temas y subtemas</b>	
<b>1</b>	<b>Mercadeo social</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Definición, enfoque en el comportamiento y actores involucrados</li> <li>● Características del mercadeo social</li> <li>● Complementación entre disciplinas: Diseño, Comunicación y Salud Pública</li> <li>● Algunas técnicas utilizadas en el mercadeo social</li> </ul>



<b>2</b>	<b>Proceso del Mercadeo Social</b> I. Planificación inicial: <ul style="list-style-type: none"><li>• Problemática de salud pública y definición de objetivos</li><li>• Segmentación de la población</li><li>• Investigación formativa</li></ul> II. Elaboración de la Estrategia: <ul style="list-style-type: none"><li>• Plan estratégico de mercadeo</li><li>• Mezcla mercadológica, las 4P en salud</li></ul> III. Desarrollo del programa: <ul style="list-style-type: none"><li>• Ejecución: actividades, recursos y resultados</li></ul>
----------	---

	IV. Implementación, monitoreo y evaluación: <ul style="list-style-type: none"><li>• Diseño, implementación, monitoreo y evaluación, y modificación del programa según sea necesario</li></ul>
<b>3</b>	Elementos del plan de mercadeo social <ul style="list-style-type: none"><li>• Investigación formativa</li><li>• Informe creativo</li></ul>
<b>4</b>	Apoyo de diferentes plataformas para la creación de proyectos
<b>5</b>	Ejemplos de proyectos diseño y comunicación realizados de para el sector salud
<b>6</b>	Exposición de propuestas de proyectos por los participantes

**Actividades y evaluación**

El taller se dividirá en tres clases:

**Viernes 10 de enero**

- Sobre la dinámica, la forma de trabajo y las reglas del juego del taller, además del proyecto que se presentará al final del taller
- La primera parte del mercadeo social para la salud pública: ¿Qué es mercadeo social?, Características del Mercadeo Social y Complementación con otras disciplinas.
- Se comenzará a trabajar en el proyecto: se organizarán 4 equipos

**Viernes 17 de enero**

- La segunda parte del mercadeo social para la salud pública:
  - proceso, elementos y técnicas utilizadas
  - Apoyo de diferentes plataformas
  - Ejemplo de proyectos realizados para la salud pública
- Se continuará trabajando en el proyecto (revisiones)

**Viernes 24 de enero**

- Se presentarán propuestas de proyectos de mercadeo social en la salud pública con base en lo expuesto en el taller por parte de la comunidad de la FAD

En todas las secciones:

- Habrá registro de asistencia mediante la aplicación de Google formularios; mostrando en la pantalla y en la sección de comentarios la liga, visualizada al empezar la clase y con un máximo de 15 minutos.
- Espacio para dudas y comentarios

En las sesiones del 10 y 17 de enero:

- Habrá evaluación inicial y final con el objetivo de conocer el nivel de comprensión que tienen los asistentes en relación con los temas del taller antes y después de ser presentados. Cada evaluación se realizará con la aplicación Google formularios, mostrando en la pantalla y en la sección de comentarios la liga. Cada evaluación tendrá 10 preguntas de opción múltiple

**Material / equipos necesarios**

Equipo de cómputo con internet, audio y micrófono, Google Meet / Zoom y Google Formulario.

**Cupo máximo 20 participantes**