

Bibliografía Foro Cemefi

Incidencia y visibilidad:

¿Cómo posicionar tu causa en los medios?



Estrategias de publicidad social: coyunturas sociales como oportunidad de mejoramiento de valor responsable

Juan Diego López Medina, comp. Jaime Alberto Orozco Toro. Omar Muñoz Sánchez, coaut.

Colombia: Fondo Editorial Universidad Católica Luis Amigó, 2019

¡Acércate al Centro de Información!

El Centro de Información tiene como propósito generar, concentrar y difundir conocimiento que contribuya a la creación de valor social, fomente la colaboración intersectorial y fortalezca la toma de decisiones informadas, en atención a las necesidades del ecosistema de filantropía y responsabilidad social. Para ello, el Portal se estructura en tres secciones principales: Tableros, Conocimiento y Vinculación.

Contáctanos al correo:

zoila.delavega@cemefi.org



Comunicación online y redes sociales en tu ONG

Wingu

Argentina: Wingu, 2014



Estrategias de comunicación online en las ONG: el impacto del video viral

Lorena Paula Velasco Rueda

España: Cuadernos de Gestión de Información., 2011



Diez años que cambiaron los medios: 2007-2017

Bernardo Díaz Nosty, coord.

España: Fundación Telefónica, 2017



Guía rápida para el diseño de campañas para la movilización y la transformación social

Jorge Castañeda Pastor

España: Universidad de Granada, 2017



Foro Cemefi: Estrategias y campañas de comunicación para OSC
Pablo Híjar, pon. Carolina Zarco, pon. Cassandra Murillo, pon.
México: Centro Mexicano para la Filantropía, 2024



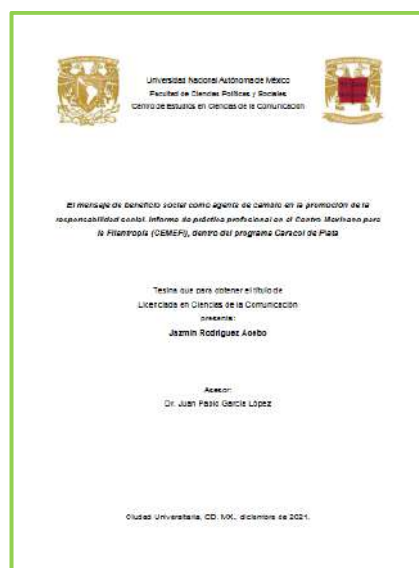
Comunicación estratégica para campañas de publicidad social
Jaime Alberto Orozco Toro
España: Pensar la Publicidad, 2010



Comunicación y estrategia digital

Cervecería y Maltería Quilmes

Argentina: Cervecería y Maltería Quilmes, sf



El mensaje de beneficio social como agente de cambio en la promoción de la responsabilidad social. Informe de práctica profesional en el Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI), dentro del programa Caracol de Plata

Jazmín Rodríguez Acebo

México: J. Rodríguez Acebo, 2021