



SSC_A_1405_03. Diseño de estrategias para promover el empoderamiento de las mujeres

Sku: 127214IN

Horas: 15

Formato: HTML

OBJETIVOS

- Identificar situaciones de desigualdad en los procesos de toma de decisiones por parte de las mujeres.
- Identificar los servicios, estructuras y organizaciones que favorecen el empoderamiento de las mujeres.
- Identificar estrategias basadas en el mainstreaming de género.
- Identificar obstáculos invisibles para la igualdad en diferentes situaciones.
- Establecer acciones conducentes a la ruptura de los obstáculos invisibles y el intercambio de buenas prácticas para el empoderamiento de las mujeres.
- Determinar actuaciones orientadas a favorecer el cambio de actitudes que faciliten la corresponsabilidad en la toma de decisiones.
- Organizar acciones de sensibilización atendiendo a las características del sector social al que van dirigidas.
- Valorar la importancia de la participación de las mujeres en los ámbitos de toma de decisiones para identificar situaciones de desigualdad.

CONTENIDOS

Unidad 1. Fundamentos y marcos de acción para el empoderamiento.

- Introducción.
- Conceptos clave: discriminación y desigualdad por razones de sexo-género.
- Conceptos básicos en referencia a las desigualdades de género.

- Tipologías de discriminaciones.
- Creencias, actitudes y comportamientos de igualdad.
- Socialización y construcción de roles de género.
- Actitudes y comportamientos hacia la igualdad.
- Políticas de igualdad efectiva y empoderamiento de las mujeres.
- Instrumentos y medidas para la igualdad.
- Políticas de empoderamiento de las mujeres.
- Marco estratégico y normativa en materia de igualdad.
- Normativa básica en materia de igualdad de género.
- Documentos estratégicos.
- Planes y estrategias institucionales para la igualdad y el empoderamiento.
- Planes de igualdad en las empresas y las Administraciones.
- Estrategias institucionales a nivel nacional, autonómico y local.
- Servicios, estructuras y organizaciones que favorecen el empoderamiento de las mujeres.
- Servicios públicos especializados.
- Instituciones y estructuras públicas.
- Organizaciones sociales y asociaciones.
- Obstáculos visibles e invisibles para la igualdad.
- Obstáculos visibles.
- Obstáculos invisibles.
- Resumen.

Unidad 2. Estrategias, acciones y sensibilización para el cambio social.

- Introducción.
- Perspectiva de género en la toma de decisiones.
- Conceptualización de la perspectiva de género.
- Importancia de la representación equilibrada.
- Inclusión de la perspectiva de género en políticas y proyectos.
- Estrategias basadas en el mainstreaming de género.
- Concepto y principios del mainstreaming.
- Herramientas para la transversalización de género.
- Acciones para la ruptura de obstáculos invisibles y buenas prácticas.
- Identificación de barreras culturales y sociales.
- Ejemplos de buenas prácticas en organizaciones y empresas.
- Actuaciones para favorecer el cambio actitudinal y la corresponsabilidad: procesos sociales de cambio.
- La corresponsabilidad, un factor clave.
- Programas educativos y sensibilización social.
- Organización de acciones de sensibilización según sector social.
- Acciones en el ámbito educativo.
- Acciones en el ámbito laboral y empresarial.
- Acciones en medios de comunicación y redes sociales.
- Evaluación de la participación de las mujeres en espacios de decisión.
- Indicadores de participación y representación.
- Métodos de evaluación e impacto en políticas de igualdad.
- Resumen.