

Consigna de trabajo final

### **Objetivo**

Trabajar los conceptos desarrollados en la asignatura de manera reflexiva y aplicada, a través de la construcción de un caso que dé cuenta del abordaje y análisis de una organización y su comunicación. La definición de estrategias de comunicación adecuadas y la realización de al menos un producto comunicacional.

### **Modalidad de realización**

El caso se irá construyendo a lo largo de dos entregas.

El trabajo debe ser elaborado de manera grupal, con no más de 4 integrantes cada grupo.

### **Consigna y pautas de trabajo**

En base a los primeros conceptos desarrollados en el taller, comenzar a desarrollar el análisis de una organización y su comunicación, para lo cual deberán relevar, describir y analizar datos, conectando información y conceptos de manera tal que les permita interpretar y comprender a la organización elegida.

A- **Primera entrega- Lecturas diagnósticas:** Fecha y medio de entrega.

Extensión máxima 5 carillas.

En esta primera entrega deberán presentar un informe que resulte de realizar las siguientes actividades:

1. Elegir una organización: puede ser estatal, una empresa o emprendimiento, o una organización social. Lo importante aquí es que elijan una organización que despierte el interés de cada unx, como así también que puedan acceder a datos sobre la misma. En tal sentido, podrá ser una organización con la cual tienen o puedan establecer una relación.
2. Describir la organización elegida: la idea es que la presenten, que especifiquen sus características principales, qué hace, dónde está ubicada, quiénes la componen, algo de su historia, su comunicación, sus públicos, como así también algunas características propias del sector/contexto en el que se inserta.
3. Relevar/conocer: En este punto debemos profundizar nuestra mirada, relevando toda la información que consideremos necesaria, pero también teniendo en cuenta que se trata de una tarea para la que tendremos un breve tiempo. Para orientar y hacer foco en aquello que resulte relevante, les sugerimos:

Relevar datos de la imagen corporativa/institucional de la organización que eligieron para trabajar. ¿Cómo?, a través de las herramientas que puedan poner en práctica según las posibilidades de cada unx. En tal sentido, podrán hacerlo utilizando las más clásicas, como las encuestas (que podrían hacerse a través de redes sociales si tuvieran acceso, por ejemplo) y las entrevistas, herramientas de relevamiento de información en las diversas plataformas de la organización y/o de otros actores sociales, a través de comentarios, adhesiones, etc. Otras

fuentes de información interesantes para indagar y tratar de conocer datos sobre la formación de la imagen son los medios de comunicación, los foros de opinión, entre otros.

- Incorporar nuevos datos y análisis de la organización que puedan dar cuenta de los procesos de comunicación de la organización, los roles, la forma de vincularse de las/os/es integrantes y las tensiones que existen en la dinámica diaria. Los canales de comunicación y su funcionamiento, así como las percepciones de las/os/es integrantes en relación a ellas/os/es. La cultura y la identidad organizacional. Su estructura, las formas en que se llevan adelante los procesos, sus principales características. Sus proyectos.

4. Elaborar informe de lectura diagnóstica de la organización: idea es que organicen todos los datos relevados y el contenido, a partir de la definición de algunos ejes que les permitan agrupar y jerarquizar la información, para que su presentación tenga claridad y esté ordenada. También en esta etapa, fundamental que identifiquen cuales son las fortalezas y puntos críticos.

**B- Segunda entrega- Definición de estrategias y elaboración de producto:** Fecha y medio de entrega

Extensión máxima 5 carillas.

En esta segunda entrega deberán entregar un informe a partir de realizar las siguientes actividades:

En base al relevamiento y análisis de la organización y su comunicación realizados en el informe de lectura diagnóstica, desarrollar al menos una estrategia y un plan comunicacional en función de la realidad diagnosticada. El desarrollo de esta segunda parte deberán incorporarlo al informe de la primera entrega.

1. Elaborar al menos una estrategia comunicacional. Tengan en cuenta que debe dar cuenta de los principales resultados del Diagnóstico. Podrían basarse en los problemas y potencialidades identificados.

¿Qué tener en cuenta para la definición de la estrategia?

Los objetivos organizacionales, la realidad comunicacional, las necesidades y demandas (si las hubiera), los públicos, el contexto. Pensar creativamente para optimizar los recursos disponibles. Plasmarla en un párrafo en el que logren sintetizar el camino propuesto para lograr la meta deseada.

2. Elaborar un breve plan de comunicación.

¿Qué tener en cuenta para desarrollar el plan?

Establecer los objetivos del plan de comunicación: ¿Qué se proponen lograr? ¿Qué mejoras de la comunicación proponen? ¿Qué problemas pretenden resolver?.

Definir el público objetivo. ¿Quiénes son los principales destinatarios del plan? ¿Cuál es la relación que tienen con la organización? ¿Qué esperan de la organización? ¿Qué problema les ayuda a resolver la organización, sus productos y/o servicios? ¿Cómo toman decisiones? ¿Qué medios consumen?

- Desarrollar las tácticas. ¿Qué acciones comunicacionales implementarán para lograr los objetivos del plan? ¿Qué recursos necesitan? ¿Quiénes son los responsables de cada una de las acciones? ¿Cuándo se llevarán a cabo las actividades propuestas?.

Como parte de las acciones planificadas, deberán elaborar al menos un producto comunicacional, que dé cuenta del proceso que han realizado y que resulte significativo para la organización. Recuerden que pensamos productos en un sentido amplio.

### C- **Presentación sincrónica y grupal:** Fecha

¿Qué tener en cuenta para la presentación?

Dar cuenta de los principales resultados del Diagnóstico.

Contar la Estrategia y presentar el plan de comunicación.

Recomendamos utilizar alguna herramienta que les permita trabajar con distintos recursos visuales, tales como PowerPoint, Prezi, Canva, entre otras.

Cada exposición deberá tener una duración de un máximo de 15 minutos.

Aclaración: deberán entregar el informe completo del trabajo con la organización, donde incluirán todas las entregas realizadas. En relación a las dos primeras entregas, recuerden incorporar todas las mejoras que consideren necesarias.

Evaluación

Con la entrega y exposición de este trabajo terminaremos de evaluar el desempeño de cada uno de ustedes en la cursada. Esto nos permitirá cerrar la nota final del taller.