

50% AVANCE

- Elección de la empresa y creación de marca

- Elementos principales de su marca de área (nombre, eslogan y/o claim (si correspondiera). Características básicas de su identidad.

- Descripción del área (integrantes, roles, descripción breve de sus tareas, interacción con el resto de la organización).

- Auditoría: A partir de la empresa/organización real seleccionada

- Relevamiento de los aspectos correspondientes a las dimensiones institucionales: REALIDAD, IDENTIDAD, COMUNICACIÓN. Incluir en el informe todas las piezas de comunicación recolectadas que colaboren en el análisis.

- Finalizar la etapa de la marca del área (nombre, slogan, concepto)

- Etapa de Diagnóstico: Reconociendo las cuatro dimensiones institucionales de la empresa seleccionada, comenzar el proceso de semiosis institucional. Presentar:
 - Análisis FODA
 - Diagnóstico donde se ponga de manifiesto la problemática comunicacional._____

100% FINALIZACIÓN

- Presentación del área de comunicación (o consultora – desarrollo de marca).

- Breve informe sobre la empresa/organización real elegida

- Perfil de la empresa

- Análisis FODA y conclusiones diagnósticas

- Breve auditoría de Imagen

- Plan de comunicación externa: objetivos

- Público objetivo

- Acciones y estrategias a desarrollar para cada público y según cada objetivo

- Canales de comunicación a utilizar

- Mensajes clave a comunicar

- Desarrollo completo de alguna de las acciones propuestas

- Calendarización de acciones y evaluación (establecer indicadores)

- Texto Guía de Presentación 100% plus (1 a 3 carillas)

Observaciones:

Firma del docente

Firma del estudiante

____ / ____ / ____
Fecha