



APS

**DESEÑO DUNHA ESTRATEXIA DE
COMUNICACIÓN INTERNA**

**REDE E IMPLICACIÓN DO
VOLUNTARIADO DE ASDEGAL**

**COMUNICACIÓN CORPORATIVA
CARMEN COSTA-SÁNCHEZ
carmen.costa@udc.es**



ÍNDICE

01

OBJECTIVOS

02

DESCRIPCIÓN

03

METODOLOGÍA

04

RESULTADOS

05

CONCLUSIONES E LIÑAS DE
MELLORA

OBXECTIVOS

Obxectivo nº 1

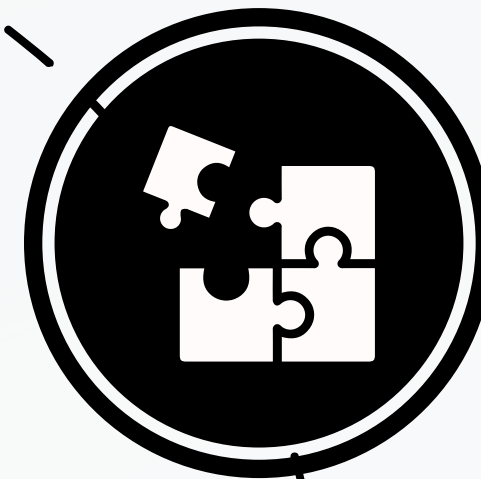
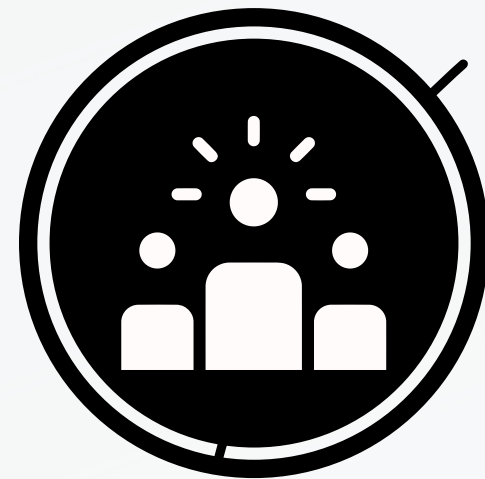
Realizar un traballo para unha organización real, facendo que o alumnado experimente un rol "profesional", dende un departamento/ asesoría de comunicación.

Obxectivo nº 2

Aplicación dos coñecementos do contido correspondente a Tema 6, adicado á Comunicación Interna no programa da materia Comunicación Corporativa.

Obxectivo nº 3

Sensibilización coa actividade e causas sociais das ongds en xeral e de ASDEGAL, en particular.
Achegamento aos ODS.



DESCRIPCIÓN

ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN INTERNA

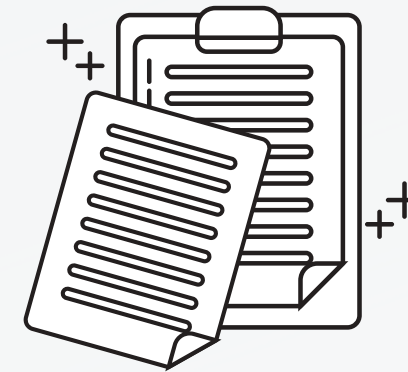
¡Diseña una Estrategia de Comunicación Interna siguiendo los siguientes pasos.



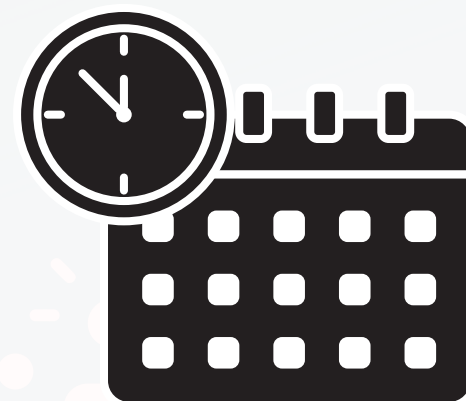
DESCRIPCIÓN



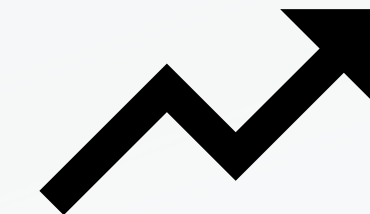
En equipos de
4/5 personas



Briefing
conjunto



4 semanas



Seguimiento e
tutorización



Exposición e
Conclusiones

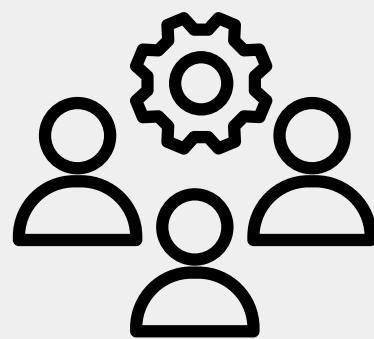
METODOLOXÍA



Aprendizaxe Servizo.
Contacto e desenvolvemento do traballo atendendo ás necesidades de ASDEGAL.



ODS.
ODS 8 (A comunicación interna como parte das melloras no traballo e clima laboral) e ODS 10, ODS 3 e ODS 5, na liña das actividades e programas desenvolvidos pola asociación.



En equipo: Creatividade e Planificación
Un equipo por cada grupo de docencia interactiva.



RESULTADOS

Coordinación



- Tres proxectos diferentes para dar solución ás necesidades da organización.
- Deseño de 3 plans/ estratexias de comunicación, acordes a obxectivos, públicos e mensaxes.

- Proposta dun catálogo de accións de comunicación interna-externa co deseño de prototipos correspondentes.
- Aplicación dos principios de coherencia, deseño de mensaxe e concretización de prototipos (podcast, aplicación móbil, redes sociais, evento, etc.).

Información



RESULTADOS

Motivación



- Equilibrio da Estratexia: Combinar accións ao servizo da información, accións ao servizo da coordinación e accións ao servizo da motivación e sentimento de equipo.
- Deseño de indicadores de medición (do éxito das accións).

- Aliñamento entre o proxecto de ApS e as competencias e o temario da materia Comunicación Corporativa (v. guía docente).
- Presentación persuasiva da estratexia plantexada e reflexión crítica e autocrítica.

Sentimento



CONCLUSIONES

Realizamos propostas para solventar as necesidades reais da organización

O alumnado percibe que está realizando un traballo con máis "valor" que os restantes traballos (considerados "universitarios").

A ONGD recibe un deseño de solucións adaptado ás súas necesidades e un cartafol de ideas (proxectos).

A ONGD amósase abertamente satisfeita.

Considera que precisa de máis tempo para facer un traballo no que se "autoesixe" máis por ser para outra entidade.

A docente ve como un reto o encaixe da actividade en cronograma do cuadrimestre e a profesionalización do resultado.

Hai unha satisfacción xeral matizada polas necesarias melloras en tempo + recursos + optimización dos resultados





LIÑAS DE MELLORA

- Ubicar en setembro/outubro.
- Alongar no tempo.
- Inmersión no contexto organizacional.
- Testeo dos materiais.
- Presentación profesional e aberta a Facultade.



**DESEÑO DUNHA ESTRATEXIA DE
COMUNICACIÓN INTERNA**

**REDE E IMPLICACIÓN DO
VOLUNTARIADO DE ASDEGAL**

COMUNICACIÓN CORPORATIVA
CARMEN COSTA-SÁNCHEZ
carmen.costa@udc.es

