

La auditoría de Comunicación es una guía práctica que brinda herramientas para trabajar metodológicamente la intervención en comunicación organizacional.

Mediante cuatro abordajes del fenómeno de la comunicación, articulados entre sí y con un recorrido metodológico, los autores reflexionan sobre los nuevos escenarios comunicacionales y su impacto; desarrollan un análisis detallado de los públicos de las organizaciones y los integran como una fase de las distintas etapas del modelo de auditoría propuesto como metodología de diagnóstico.

En el campo de la comunicación institucional como así también en trabajos de investigación académica, algunas organizaciones y profesionales, muchas veces atienden problemáticas coyunturales que los llevan a implementar herramientas que solo resuelven asuntos puntuales. Como también es frecuente que las auditorías queden como excelentes diagnósticos sin avanzar en propuestas correctivas.

La auditoría, el proceso de diagnóstico que tiene como propósito examinar y mejorar los sistemas y prácticas de comunicación interna y externa de una organización en todos sus niveles, no es un fin en sí mismo, sino un insumo para la planificación estratégica, por ello al final de los capítulos se incluye como anexo una propuesta de planeamiento.

Los autores, Maximiliano Bongiovanni, María José Bustos, María Eugenia Etkin y Adriana Amado Suárez, docentes de diferentes cátedras de grado y posgrado relacionados con la gestión y la investigación, ofrecen una amplia metodología de trabajo para una de las cuestiones más corrientes en las consultorías de comunicación.

De esta manera este libro viene a cubrir, en el campo de la comunicación empresarial, una necesidad de los jóvenes profesionales que, animados por diversas teorías desde la práctica, deben sembrar y cosechar un sinnúmero de acciones comunicativas cuando intervienen en las organizaciones.

Con este espíritu, la editorial La Crujía junto a DIRCOM presenta una colección inédita de libros prácticos con el propósito de labrar el campo de la comunicación empresarial.




Imagen.....	90
Definición de problemas	93
Plan de comunicación.....	93
Objetivos comunicacionales.....	94
Acciones de comunicación	94
Estrategia (medios, mensajes y públicos)	94
Conclusiones	95
A modo de cierre	96

ANEXO

Planificación estratégica

de la comunicación institucional.....	97
Aportes metodológicos para la planificación estratégica	97
Planificación ¿estratégica o normativa?.....	102
Fases del planeamiento estratégico.....	104

Bibliografía.....	111
--------------------------	------------

Sobre los autores	117
--------------------------------	------------