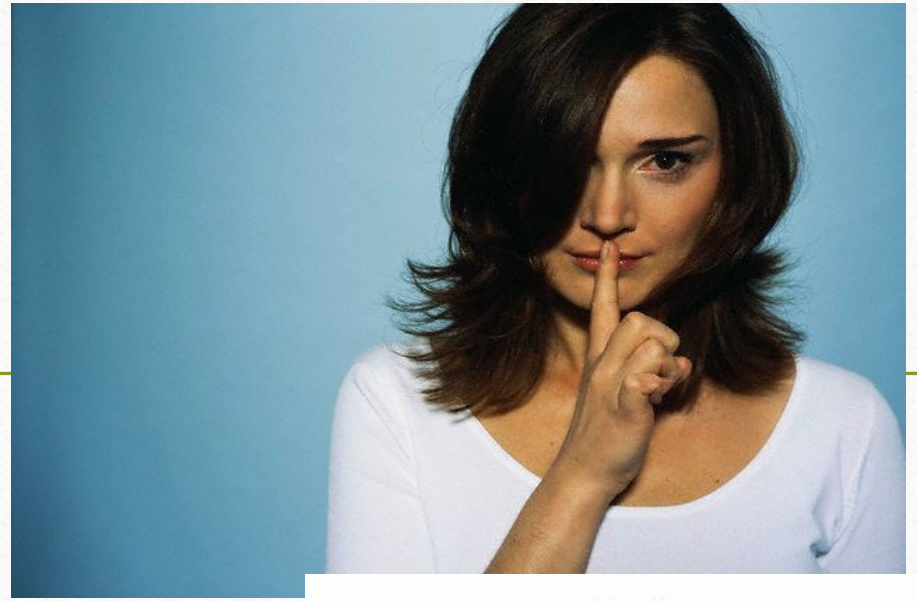
La comunicación interna gestión prioritaria para el posicionamiento de la universidad de Guayaquil.

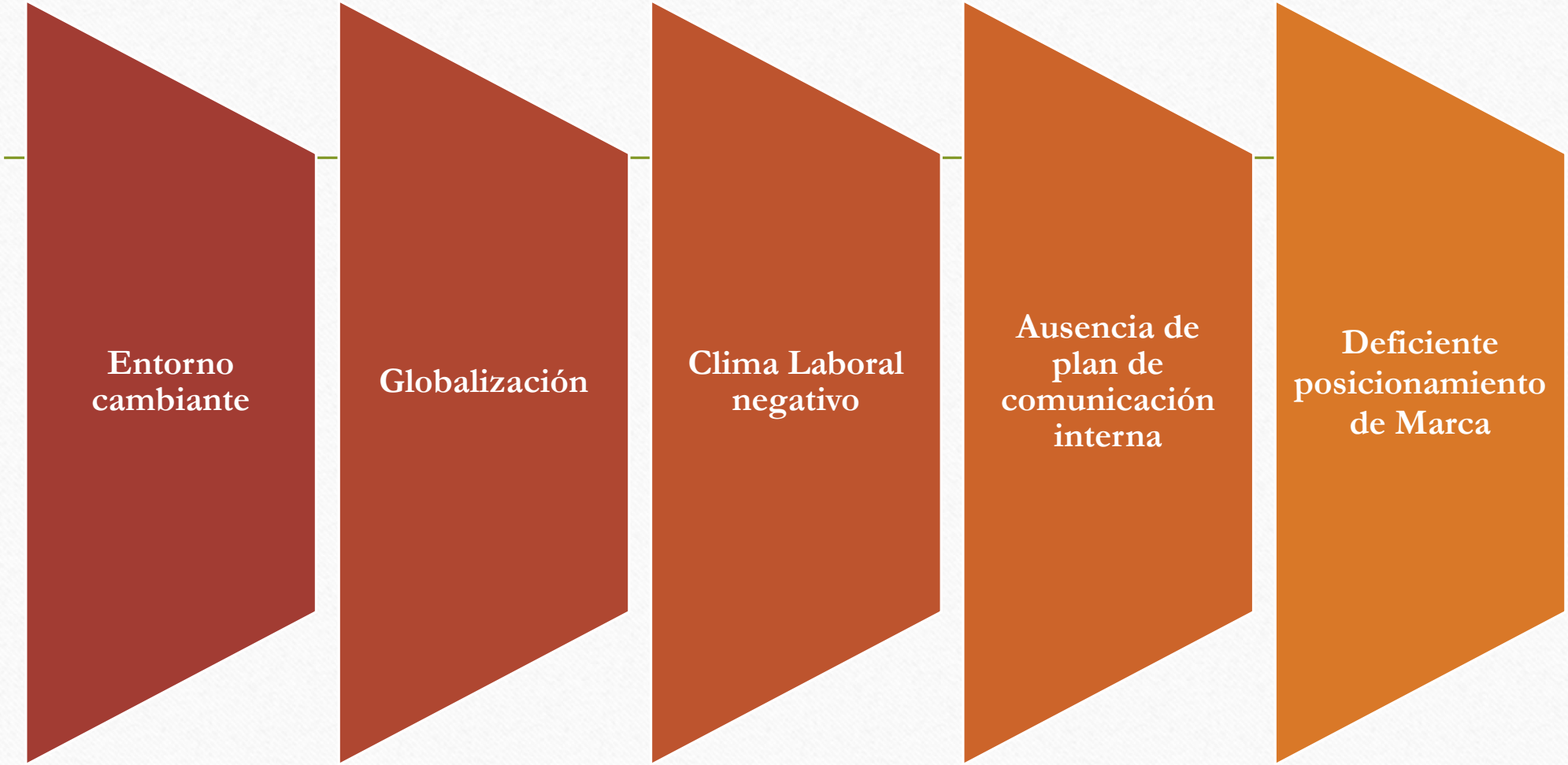
Ing. Miryam Pacheco Rodríguez, MSc.

Dra. Lelia Zapata Palacios



Fuente: Imágenes de Google

EL PROBLEMA


Entorno cambiante
Globalización
Clima Laboral negativo
Ausencia de plan de comunicación interna
Deficiente posicionamiento de Marca

OBJETIVO

- Analizar la importancia de gestionar la comunicación interna y su influencia en el posicionamiento de la marca interna e institucional basado en las buenas prácticas de las universidades madrileñas.

METODOLOGÍA

La investigación se corresponde con un estudio descriptivo –explicativo. Se basa en una revisión documental de diversos libros, artículos de revistas científicas, bases estadísticas, estudio de caso de diversas instituciones nacionales y extranjeras.

UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

Crisis económica

Burocracia

Transparencia

Falta de información y comunicación

Caída de confianza

Falta de posicionamiento

COMUNICACIÓN INTERNA

- Según Trelles (2014) “la comunicación interna posibilita la estabilidad necesaria para el funcionamiento de la organización, a la vez que influye como facilitador de los cambios necesarios que el desarrollo impone” (p.93).

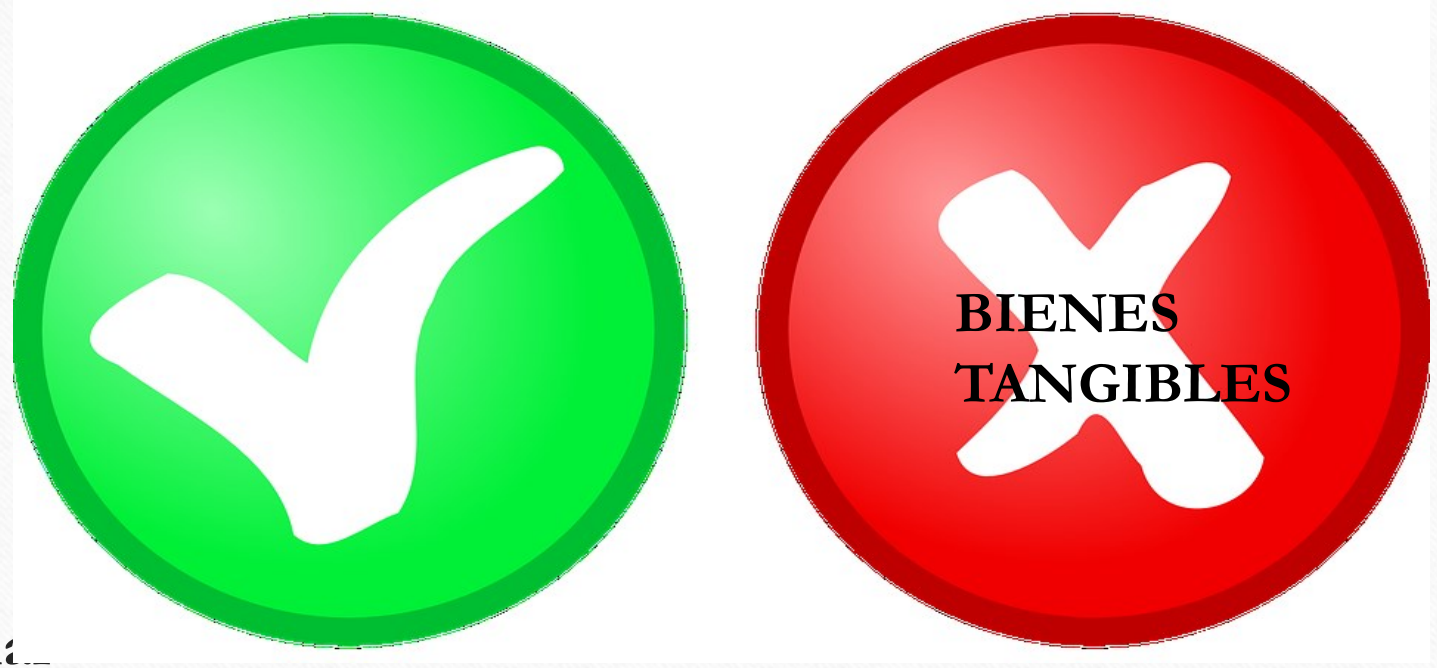
ESTADO COTIDIANO DE LA C.I.

ESTADO IDEAL DE LA COMUNICACIÓN INTERNA

Fuente: Imágenes de Google

GESTIÓN DE INTANGIBLES

- Marca
- Imagen
- Talento
- Reputación
- Ética
- Valores
- Responsabilidad social



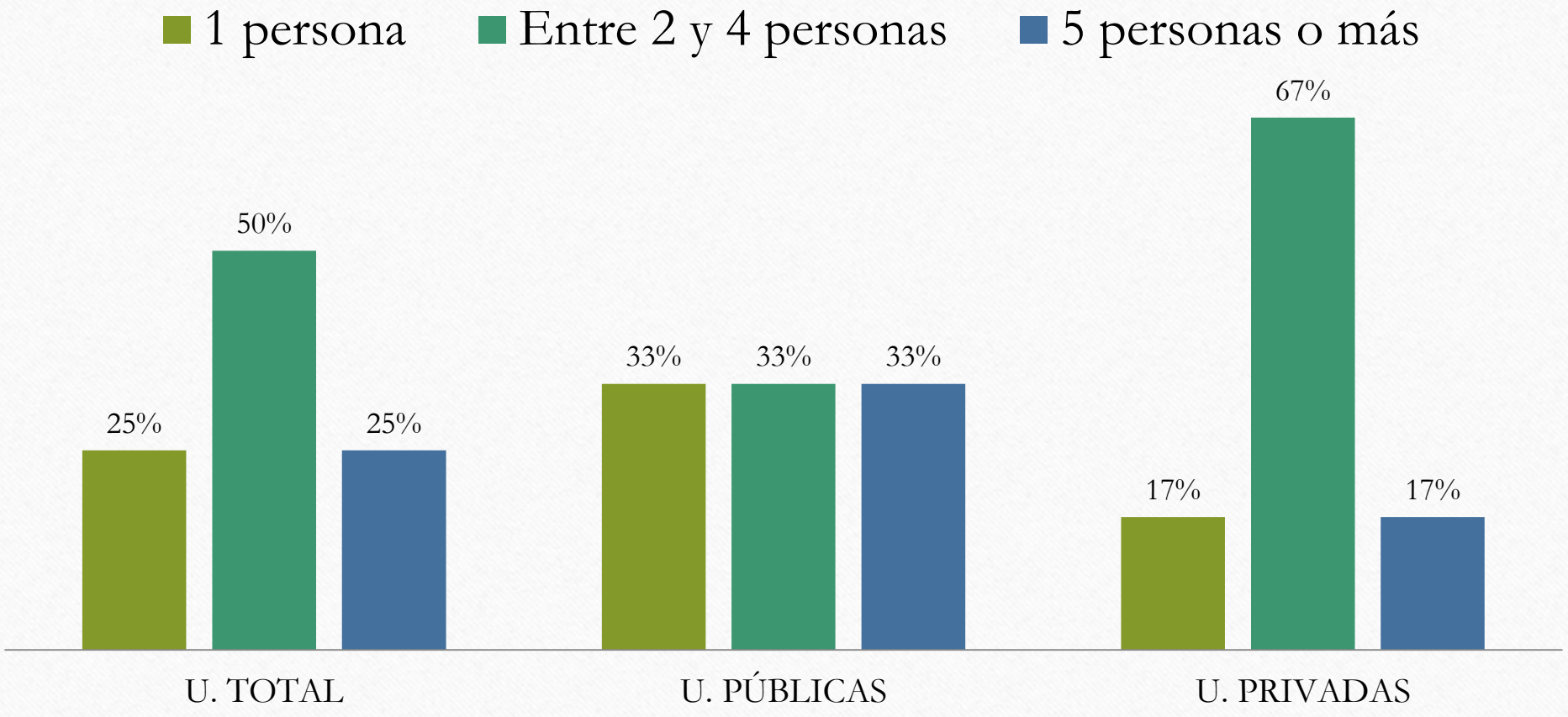
GESTIÓN DE INTANGIBLES

"La ciencia del management enseña que gobernar no equivale a desarrollar técnicas sino **personas**: para evaluar su rendimiento, el dirigente se pone a sí mismo en cuestión, se interroga sobre su manera de ser, de pensar y obrar" (Mora, 2009, p.78)

ESTADO DE LA COMUNICACIÓN INTERNA EN LAS UNIVERSIDADES MADRILEÑAS

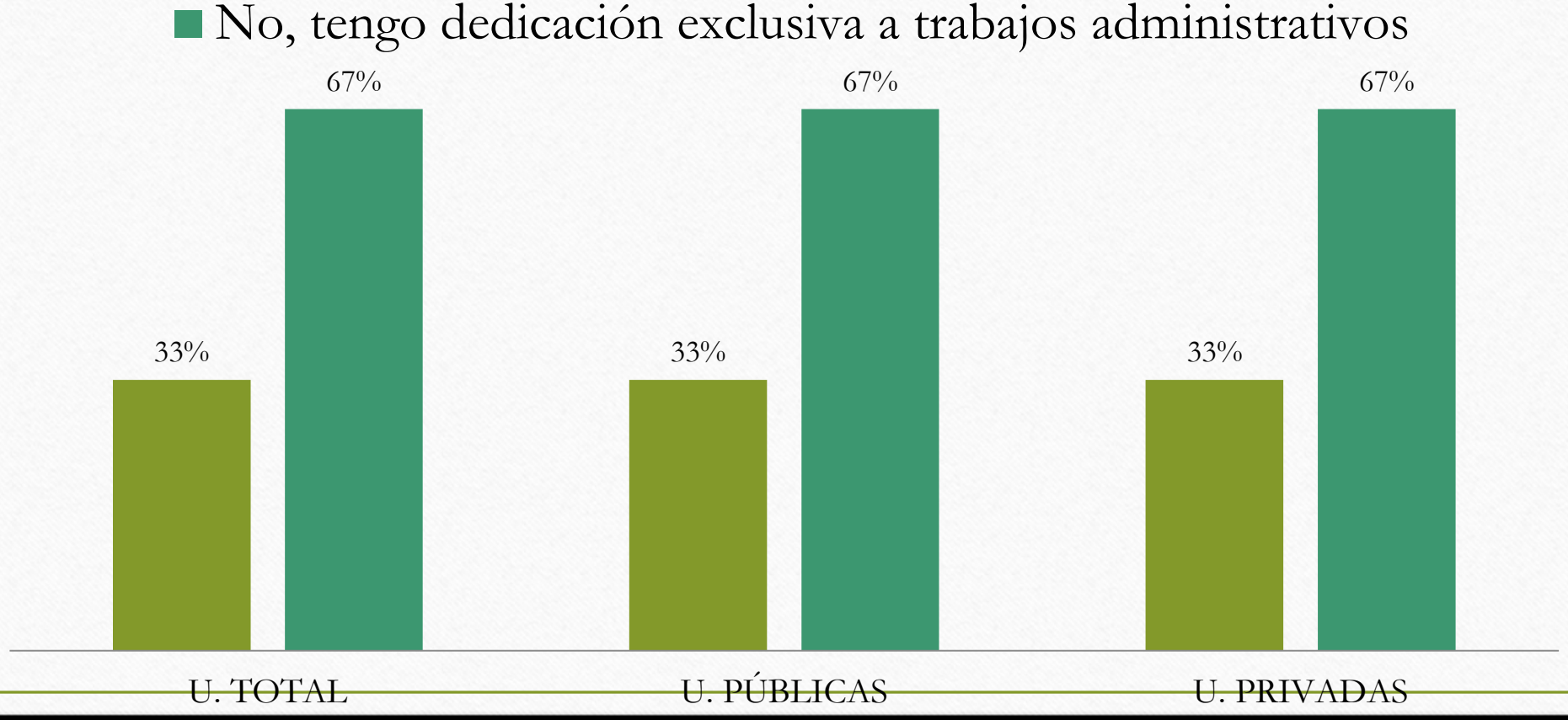
RESPUESTAS OBTENIDAS: 12 UNIVERSIDADES
TRABAJA EN UNA UNIVERSIDAD

¿Cuántas personas integran el área de comunicación interna?

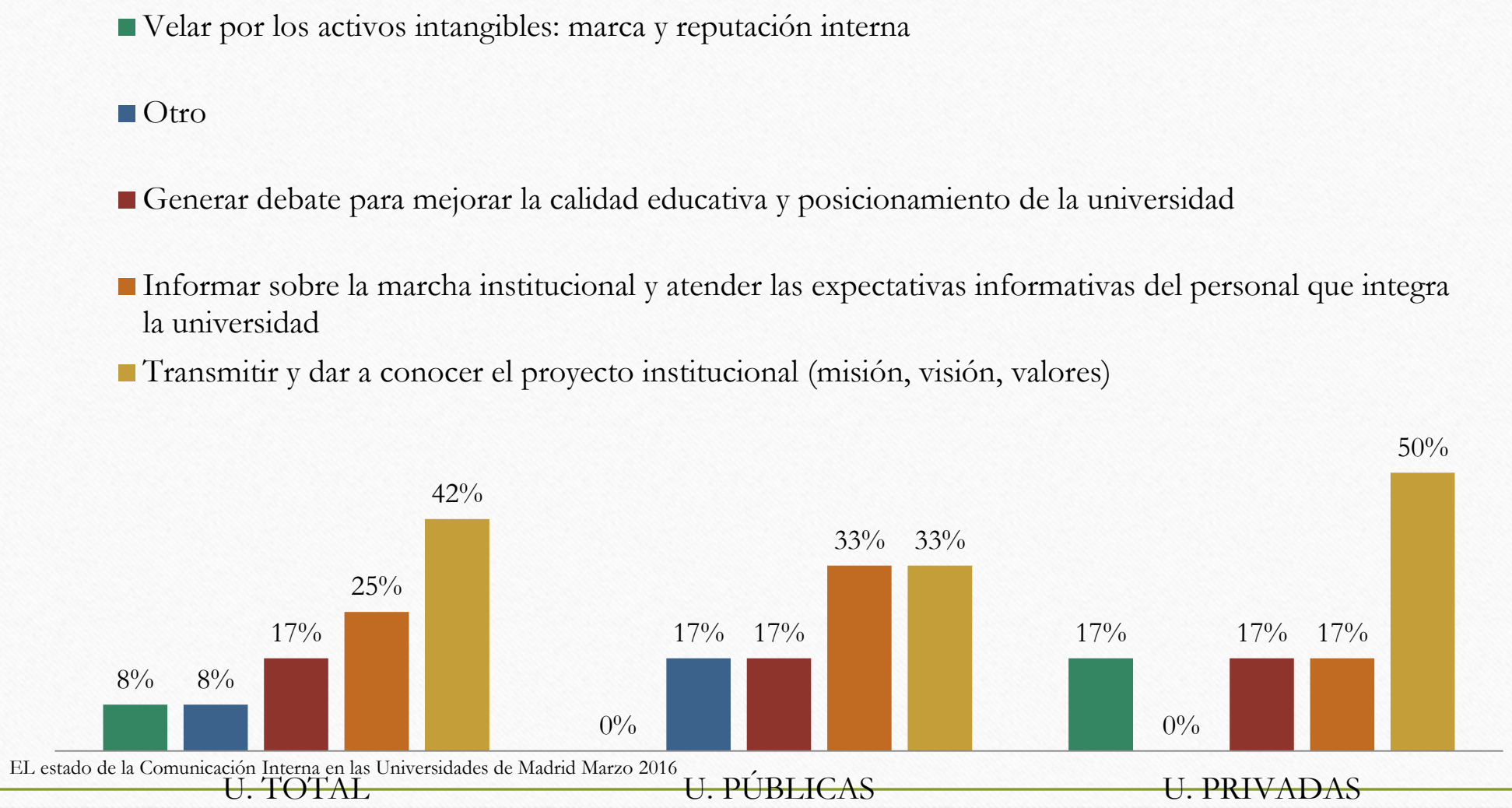


EL estado de la Comunicación Interna en las Universidades de Madrid Marzo 2016

Además de responsable de comunicación interna, ¿trabaja como docente en la universidad?



En su institución, ¿cuál es el objetivo prioritario en comunicación interna?



CONCLUSIONES

Referencias de buenas prácticas de otras instituciones de Educación superior.

Segmentar públicos para personalizar los mensajes internos y dotarlos de efectividad.

Cultura colaborativa.

Personal como prescriptor de la marca.

GESTIÓN DE CAMBIO EXITOSO

?

Muchas Gracias!