|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **FICHA TÉCNICA DE CONSTRUCCIÓN DEL ÍTEM** | |
|  | **No. Ítem**: **1** |
|
|
| **DATOS DEL ÍTEM** | | **DATOS DEL AUTOR** |
| **Programa académico**: Lenguas Modernas | |  |
| **Prueba**: Modelos de Comunicación Organizacional II | |  |
|  |
|  |
| **ÍTEM: COMPETENCIA ESPECÍFICA, CONTEXTO, ENUNCIADO Y OPCIONES DE RESPUESTA** | | |
| **Competencia específica señalada en el syllabus, que evalúa este ítem:**  Define a partir del diagnóstico organizacional un problema de comunicación al interior de la organización. | | |
| **CONTEXTO - Caso - situación problémica**:  La cadena de tiendas de moda Zara es considerada hoy en día como una de las más exitosas dentro de la industria de la moda, habiendo alcanzado un gran crecimiento a lo largo de los años. La ubicación estratégica de sus más de 1 500 tiendas en más de 70 países, demuestran que las fronteras nacionales no han representado un obstáculo para el desarrollo de esta empresa española.  Zara se insertó en la industria de la moda con un enfoque diferente, cuyo objetivo era satisfacer la creciente demanda de los compradores por adquirir aquellos productos que siguieran las últimas tendencias del mercado, ofreciendo los mismos a un precio accesible.  Usted es contratado para hacer un diagnóstico actualizado de las comunicaciones de ZARA. | | |
| **ENUNCIADO**:  Sus primeros cuestionamientos frente al diagnóstico son: | | |
| **Opciones de respuesta**  a. ¿Qué busco y cómo valido la información que encontré?, ¿Qué estudio desde la comunicación?, ¿Qué estudio desde la relación interdisciplinar de la comunicación con otras disciplinas de la organización?  b. ¿Hasta dónde quiero llegar?, ¿Tengo los recursos para hacerlo?, ¿Son aplicables mis propósitos?  c. ¿Cuál es la principal característica del público al que le interesa la organización?, ¿Cuál es la relación de los públicos seleccionados con los objetivos propuestos?, ¿Son suficientes o pocos los públicos seleccionados?  d. ¿Qué grado de validez quiero de los datos?, ¿Cuáles recursos requiero para aprovechar al máximo los datos?, ¿Cuándo usar métodos cuantitativos y cualitativos? | | |
|
|
| **JUSTIFICACIÓN DE OPCIONES DE RESPUESTA** | | |
| Por qué NO es b. Son preguntas que condicionan la determinación de objetivos del diagnóstico. | | |
| Por qué NO es c. Son preguntas que determinan la segmentación de la audiencia de la que se va a hacer el diagnóstico. | | |
| Por qué NO es d. Son preguntas que orientan la metodología para el análisis de la organización. | | |
| **CLAVE Y JUSTIFICACIÓN.**  La clave es a. PORQUE las preguntas orientan el proceso de investigación al interior de la organización. | | |
| **ESPECIFICACIONES DE DISEÑO: DIBUJOS, ECUACIONES Y / O GRÁFICOS**: | | |