

Act. 5

Comunicación institucional y corporativa.

Esta crea una determinada imagen pública a través de la integración de todos los medios y las estrategias que permitan definir las acciones de comunicación, es el desarrollo visual de grandes empresas o productos, la organización y gestión de los mismos en las instituciones o empresas.

Esto se inicia con visualización de las necesidades de comunicación en una organización, a partir de estas acciones el público comienza a cambiar de comportamiento, se hace más selectivo y se acostumbra a llevar marcas o hacer visibles sus elecciones. La utilización de las diversas disciplinas desde sus diferentes ámbitos, para limitar el campo de acción y los aportes que la misma puede dar. La comunicación puede definirse como el sistema de comportamiento integrado que calibra, regulariza, mantiene y hace posible las relaciones entre los hombres, es el mecanismo de la organización social, se ve la necesidad de informar intereses a sus públicos de existencia sobre situaciones o problemas de comunicación en las instituciones., tiene en cuenta los componentes que intervienen en la comunicación según las necesidades del momento y el mensaje que necesita ser comunicado, esto se lleva a la acción a partir de una planificación adecuada, que respondan a las oportunidades que los públicos ofrecen.

A partir de eso crea elementos que la constituyen como identidad, imagen, cultura, visión, misión, consolida la identidad y la imagen institucional y fortalece la cultura, creando y utilizando todos los medios con que cuenta en la institución eso permite definir las acciones de comunicación más asertivas para representar a la institución.

Existen diversas maneras para que la institución se comunique con sus públicos, para ello se plantean estrategias comunicacionales que faciliten y ayuden a transmitir el mensaje.

La comunicación corporativa nos habla de la totalidad de los recursos de comunicación de los que dispone una organización para llegar afectivamente a sus públicos, es todo lo que la empresa dice de sí misma, la demostración diaria por medio de los productos, servicios y actividades cotidianas de la organización de unas evidencias y un empeño superior por parte de la compañía, transmitir al público de forma creativa y diferenciada, los mensajes creados de forma voluntaria, directa y organizada, acerca de todas las actividades que la organización realiza.

la conducta corporativa muestra las acciones que la organización realiza en su vida diaria, actúa como un canal de comunicación, diciendo cosas sobre la empresa, no solo comunican los anuncios publicitarios o las campañas de relaciones públicas también la actividad cotidiana de la empresa, desde sus productos y servicios hasta el comportamiento de sus miembros, por esta razón todos los aspectos deben de ser cuidados y planificados, para que tengan coherencia con todos los mensajes promocionales de la compañía.

Las lecturas nos ayudan a profundizar acerca del manejo de una empresa, muchas veces no pensamos con exactitud la labor de la comunicación y las estrategias que estas ayudan para la imagen y estabilidad de las organizaciones, porque rumbo de puede ir una organización y cuál sería su efecto, en particular me gustó la lectura de comunicación constitucional, donde explican cómo juega la importancia de la imagen, las estrategias a los diversos públicos y la importancia de la emisión del mensaje dependiendo al público,

Carrillo Contreras Jesús Rafael LCC1980 Comunicación Organizacional.

