

“La comunicación corporativa”

La comunicación corporativa una forma de visualizar una organización, como definirla o dar a conocer a los demás la imagen que tú tienes de tu propia empresa (lo que los otros visualmente ven en ella).

Existen varios autores que tienen diferentes conceptos de lo que es la imagen corporativa de una empresa, como lo menciona Verónica Nápoles en el texto, ella dice que la identidad corporativa es una imagen que presentan para que la gente los reconozca como ellos quieren ser conocidos.

Otros puntos a analizar dentro de la organización es lo que se realiza diariamente, las operaciones dentro del desarrollo de sus actividades: fabricar, comprar, vender, administrar, planificar, contratar y despedir.

En cada una de estas etapas la misma organización realiza una proyección o una visión de sí misma, para todas las personas en general con las que tiene relación directa.

Otro de los puntos que menciona Olins es que la identidad corporativa puede conocerse como lo todo y la forma y manera en la que la empresa se ve a sí misma. Por lo que se dice que la identidad se representa de 4 formas diferentes: Quien eres, o Que haces, o Como lo haces o A dónde quieres llegar.

Otro de los puntos y no menos importantes es la definición sistemática de la identidad la cual tiene dos perspectivas o conceptos una es llamada identidad corporativa global o simplemente identidad corporativa y a la segunda identidad corporativa interna.

El punto que en mi opinión fue el más importante de esta lectura es el de La reputación, esta inicia en la comparación desde la mente de la persona de la imagen de una empresa, es decir, la empresa que está en la mente del individuo atrás de las características que este le da a dicha empresa, en conclusión la reputación de una empresa es la imagen que dejaste en la mente del individuo lo que este piensa y lo que dice este de ella.

“El papel de la comunicación corporativa en las estrategias empresariales”

Nombres: Nancy Esmeralda Murillo Fausto, Jesús López Hurtado.

Materia: Comunicación Organizacional II Universidad Guadalajara Lamar

La comunicación corporativa es la imagen completa de la organización, la reputación la forma en la que esta se manifiesta y mantiene y dependiendo de esto es como la gente podrá confiar en la organización.

Estas lecturas me hicieron sentir que estaban hablando de una persona, ya que la mayor parte de nosotros nos preocupas por la imagen y apariencia, para ser aceptados dentro de una sociedad y tener buenas oportunidades dentro de la misma.

La reputación expresa esa nueva racionalidad empresarial Justo Villafañe, él dice que la reputación es el recurso más importante con el que cuenta una organización porque es la fuente de valor para cualquier compañía, según él existen muchas cosas que comprueban que "La reputación" de una empresa, incrementa las ganancias, mejora la oferta comercial, explota el talento de la organización, mitiga los efectos de cualquier crisis, constituye el primer factor de liderazgo empresarial.

La reputación viene a reforzar muchos de los puntos importantes dentro de la organización como lo son la innovación, la oferta comercial etc.

La comunicación intangible, aquí habla de la relación directa de los recursos tangibles e intangibles estos están alineados para lograr una buena reputación corporativa, él dice que esto anteriormente no se hubiera logrado sin la relación tan estrecha que se ha logrado entre el management y la comunicación empresariales han estado tan íntimamente unidos en la praxis empresarial.

Un dato muy interesante y en relación con la reputación es que el 67% de las empresas han construido una estrategia de plan de estrategia de reputación, otro 61% evalúan su reputación ante del público y un 55% llevan a cabo algún tipo de gestión reputacional con sus stakeholders.

Reinventar la comunicación empresarial, debe de ser renovada totalmente, gracias a la importancia que ha alcanzado en las empresas europeas.

Él dice que si la comunicación empresarial se quiere ver con un carácter estratégico, debe de establecer como prioridad sus recursos intangibles que conforman una organización como la reputación, marca y responsabilidad corporativa.

Nombres: Nancy Esmeralda Murillo Fausto, Jesús López Hurtado.

Materia: Comunicación Organizacional II Universidad Guadalajara Lamar

La comunicación corporativa es la imagen completa de la organización, la reputación la forma en la que esta se manifiesta y mantiene y dependiendo de esto es como la gente podrá confiar en la organización.

Estas lecturas me hicieron sentir que estaban hablando de una persona, ya que la mayor parte de nosotros nos preocupas por la imagen y apariencia, para ser aceptados dentro de una sociedad y tener buenas oportunidades dentro de la misma.

Nombres: Nancy Esmeralda Murillo Fausto, Jesús López Hurtado.

Materia: Comunicación Organizacional II Universidad Guadalajara Lamar

La comunicación corporativa es la imagen completa de la organización, la reputación la forma en la que esta se manifiesta y mantiene y dependiendo de esto es como la gente podrá confiar en la organización.

Estas lecturas me hicieron sentir que estaban hablando de una persona, ya que la mayor parte de nosotros nos preocupamos por la imagen y apariencia, para ser aceptados dentro de una sociedad y tener buenas oportunidades dentro de la misma.