

ORIGEN Y DESARROLLO DE LA IDENTIDAD CORPORATIVA

La identidad corporativa se define como lo que la empresa transmite por medio de su personalidad, es la forma de distinguirse de las demás, otro de las cosas que se distingue dentro de la misma y fuera de ella es la manera, es la cultura de la organización

La dirección de la imagen corporativa nace gracias a algo que se desconocía en su totalidad, pero que fue descrito por el inventor y empresario Italiano Camilo Olivetti la cual fue "Falta corazón en la industria italiana".

Es estaba convencido que los recursos materiales y tecnológicos no podían ser más valiosos dentro de una empresa u organización, que el mismo trabajador.

Esto nos lleva a una nueva forma de ver como se visualiza y se maneja una organización, ya que en la actualidad la identidad corporativa es el conjunto de características que esta misma posee, como lo son el alma y espíritu, la razón de ser y la personalidad de esta misma.

Y siguiendo un poco con la lectura y el empresario Camilo su hijo mayor Adriano siguiendo la filosofía de su padre, fue el primero en implementar dentro de la organización al segundo presidente, la provisión de bienestar y las facilidades para preparar a los empleados, y escolares para sus hijos de los empleados.

Esto fue un cambio radical dentro de cualquier empresa, ya que se toma más en cuenta al empleado y se preocupan más por sus necesidades no solo laborales si no también personales.

En la lectura también menciona que toda empresa aunque no quiera comunicar nada, emite mensajes los cuales son recibidos por el receptor, con el siempre hecho de pensar en la imagen visual de la empresa "logo de la marca o empresa" esta transmite un mensaje al público y hasta que publico se dirige.

La imagen visual es la forma más fácil de identificar a una empresa o marca ante los demás y lo más importante ante los posibles consumidores, y como se forma entonces la imagen global estas están constituidas a procesos muy similares, pero no son lo mismo, la diferencia es toda aquella imagen, producto, mensaje, servicio o acción en general, que realice la empresa y se muestra al exterior, provocando así los comentarios positivos o negativos, conocidos también como publicidad indirecta.

[Escriba texto]

UNIVERSIDAD GUADALAJARA LAMAR

COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL 2

ACTIVIDAD I: LA COMUNICACIÓN CORPORATIVA

INTEGRANTES: NANCY E. MURILLO FAUSTO Y JESUS LOPEZ HURTADO

En la lectura también menciona que una imagen corporativa firme proporciona autoridad a la empresa y forma la base para su éxito y continuidad. En conjunto estos elementos ubicados en el ambiente empresarial, satisfacen su función básica comunicativa la cual es la elaboración de representaciones mentales que influyen, en la sociedad consciente o inconscientemente hacia la empresa.

Para concluir hoy en día se tiene un concepto totalmente diferente de cómo llevar al éxito a una empresa u organización. Como todos los elementos en conjunto forman una gran fuerza y energía para la misma y como la identidad corporativa es uno de esos elementos más vitales, gracias a la labor que realiza dentro de ella, ya que hoy en día es demasiada la competencia que ahí en el mercado, y demostrar quién es el mejor es la gran meta que cada quien tiene que alcanzar, a través de la preferencia del público. Ya que no solo habla la buena calidad del producto, si no también lo que se transmite, como se transmite, lo que el público percibirá de aquello, para así poder penetrar la mente de aquellos futuros clientes y que tengan presente a la empresa o marca y lograr al final un consumo favorable,

[Escriba texto]

UNIVERSIDAD GUADALAJARA LAMAR

COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL 2

ACTIVIDAD I: LA COMUNICACIÓN CORPORATIVA

INTEGRANTES: NANCY E. MURILLO FAUSTO Y JESUS LOPEZ HURTADO