

Teoría Situacional de los Públicos



Definen al público como un sistema estructurado cuyos miembros detectan el mismo problema, interactúan cara a cara o a través de canales y se comportan como si fueran un solo organismo.

Los públicos se establecerían, así, a partir de las consecuencias de la acción de la organización sobre las personas o de las personas sobre la organización. Surge, entonces, un vínculo, una relación y una conducta recíproca entre individuos y organización, en base a dichas consecuencias.

Relación como fundamento de la formación de los Públicos



Debe enfocarse desde una perspectiva relacional: analizando las relaciones organización-individuo, para llegar a conocer la relación o vínculo fundamental que se establece entre ambos,

Podemos decir que el tipo de relación que establezcan las personas con una organización tendrá una importancia fundamental para conocer los públicos de una entidad.

Enfoques sobre la Imagen

De los públicos de la organización, que deciden la ubicación de determinados productos o de la propia entidad dentro de un mapa de valoraciones articulado a partir de atributos verdaderamente significativos.

La interacción que hay entre los en público y la organización, es realmente significativa, ya que es importante la comunicación entre ellas, y vemos en el otro capítulo que nos explica lo relevante que es la imagen en la organización, ya que de esta manera el receptor (el público) va a responder de manera positiva o negativa.

Ramírez Águila Sandra

Ramírez Águila Sayra