

ACTIVIDAD 2 CAPÍTULO 2

Los canales de la Comunicación Corporativa

#Los medios de comunicación se relacionan al público por 3 canales: medios de comunicación masivos, relaciones interpersonales y el contacto directo con la organización.

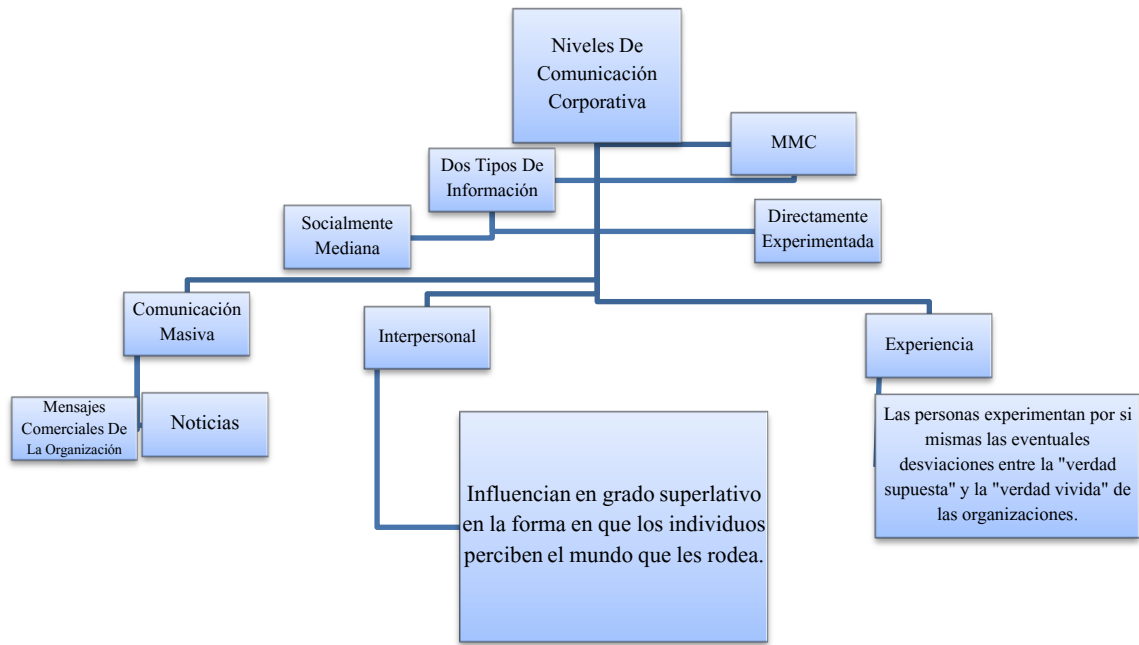
#Socialmente mediana: aquella información que llega a las personas previamente "filtrada" por otras fuentes de información, realizando un proceso previo de selección, interpretación y acondicionamiento de la información. La información directamente experimentada es aquella obtenida por medio de la experiencia personal.

#En las sociedades complejas los medios masivos han ido adquiriendo el carácter de instituciones privilegiadas en el procesamiento, elaboración y difusión de información.

#Los medios se establecen como un canal que puede ejercer una importante influencia en los públicos de la organización, ya que proveen al individuo de informaciones sobre aquellos ámbitos que se encuentran fuera de su alcance personal.

Las personas resultan más influenciadas por las relaciones personales que mantenían con otros sujetos.

#Los individuos no interactúan solamente con una entidad, sino que pueden establecer una relación directa con muchas de las organizaciones de su entorno general y de mercado, con lo cual no sólo obtienen información de primera mano de las organizaciones, la comunicación con experiencia personal es la más creíble. Internet se ha convertido en el campo más importante para las organizaciones.



Capítulo 3

Los Públicos de las Organizaciones

De Público a públicos, se pasó de la idea de receptores (todas aquellas personas capaces de recibir la información) a la idea de destinatarios (aquellos a los que va dirigido el mensaje, que poseen unas características específicas). Se pasó de los todos a algunos.

Formación de los públicos: la relación o vínculo entre los individuos y la organización

El status puede ser definido como el lugar que una persona ocupa en un sistema de relaciones sociales.

Rol es definido como el conjunto de expectativas y obligaciones aplicadas a una persona que ocupa una determinada posición.

Este vínculo entre los individuos puede originar que se conviertan en miembros de un grupo organizado.

Los roles entre una organización y sus públicos se establecen en su interrelación, pero se basan en unas expectativas establecidas a priori, que son las pautas institucionalizadas de los roles de público.

