

Eficacia comunicativa

- La comunicación no solo sirve para comunicarnos/influirnos, también para crear/reconstruir nuestra propia percepción del mundo.
- Regla de oro: ponerse en el punto de vista del receptor.

Cambio

- Las modas, tendencias sociales, ideas, gustos y valores crecen con la comunicación.
- Detrás de cada acción empresarial y de marketing hay decisiones y detrás de las decisiones, teorías.
- Una teoría que funcionó en el pasado no deja de funcionar de la noche a la mañana.
- La web es el ambiente de mayor velocidad de cambio en la historia, las organizaciones no están estructuradas para poder cambiar tan rápido.

Tesis

Las tesis se desarrollan en base a la comunicación y como está nos servirá para entablar una comunicación estratégica para una organización o empresa.

1. La primera de tesis nos dice que la comunicación tiene la capacidad para modificar nuestra percepción de la realidad y del conflicto, además de movilizar a las personas.

2. La segunda se desarrolla en base a la comunicación estratégica que es una forma de actuación en la que debe participar toda persona que se arriesga a entrar en relación con los demás. Pero está acción de persuadir e influir en los demás es necesaria por el hecho de que todos tendemos a diferir/concordar de los demás en nuestros objetivos y los medios que empleamos para conseguirlos.

3. La tercera es nos manifiesta que la comunicación, no solo es cuestión es comunicar o no comunicar, sino hacerlo de forma profesional y controlada o hacerlo mal. De forma explícita o implícita, voluntaria o inconscientemente estamos emitiendo mensajes.

4. La cuarta nos habla sobre los sistemas de comunicación lo cual son importantes debido a que la sociedad exige nuevas demandas a las empresas. Una parte de las demandas corresponden a comunicación. Nuevas demandas exigen nuevos sistemas

5. La quinta es que la comunicación no solo sirve para comunicarnos/influirnos, también para crear/reconstruir nuestra propia percepción del mundo.

- Las palabras hieren, las palabras matan.
- Las cosmogonías explican el origen del universo a partir de la palabra.

COMUNICACIÓN

EL PODER DE LA COMUNICACIÓN

- El poder terapéutico.
- La sociedad hace historia.
- Acción es producción, reproducción y comunicación.
- Los comunicadores divultan sus errores.
- La comunicación tiene un poder muy superior, el cual se puede incrementar más.

COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA

Sistemas abiertos

- En sistemas abiertos, la sociedad exige nuevas demandas a las empresas.
- Aunque las organizaciones se comunican, no todas reparan en la importancia de su comunicación.
- Las exigencias del entorno son variables.
- La organización debe ser sensible a las necesidades de sus públicos.

PALABRA

Ambientes

- Las inversiones en publicidad descendieron paulatinamente en las últimas décadas, mientras crecieron las inversiones en otros servicios de comunicación.
- El mix de comunicación comprende hasta la arquitectura de los edificios, la iluminación, los aromas. Es indispensable reparar en la importancia de los ambientes.

Los seres humanos nos influyos y manipulamos recíprocamente. La comunicación, debe ser administrada con criterios estratégicos.

• No todas las comunicaciones son estratégicas.
• Son jugadores quienes pueden afectar el resultado del juego.

• Los jugadores no son seres aislados.
.....

- La libertad de elegir da la posibilidad de cometer errores.
- Hay que interpretar y relativizar las comunicaciones.
- La prospectiva ayuda al estratega a definir los futuros posibles.

- No se trata de elegir un mensaje como un curso de acción.
- Se deben tomar varias decisiones consecutivas.
- No meternos en espacios que restrinjan nuestra movilidad y capacidad de maniobra.
- La creatividad es un requisito de la eficiencia en la comunicación estratégica.
- Su elección depende de la estrategia.
- El que no tiene una estrategia de comunicación también comunica.
- La única opción para las organizaciones es comunicarse bien.
- En un sistema cerrado no hay sensibilidad para la comunicación