



GUÍA DE APRENDIZAJE

MÉTODOS DE COMUNICACIÓN EMPRESARIALES

AUTOAPRENDIZAJE: BUSCAR Y ANOTAR EL SIGNIFICADO DE LOS SIGUIENTES CONCEPTOS.

Marketing:

Dinámica:

Público Objetivo:

Fructífero:

Prever:

Trascender:

Proceso:

Clima Laboral:

1. ¿QUÉ ES LA COMUNICACIÓN EMPRESARIAL?

Se entiende como comunicación empresarial al conjunto de procesos que lleva a cabo una empresa o parte de ella con el fin de hacer viajar la información, tanto a nivel interno entre diferentes departamentos o puestos de la empresa, y externos como la comunicación entre proveedor y/o clientes.



Es importante tener en cuenta que por norma general dicha comunicación no implica solo la capacidad de emitir la información, sino también incluiría el hecho de recibirla: estamos ante un intercambio mutuo de datos.

Una buena comunicación empresarial favorece que todos los miembros de la empresa puedan permanecer motivados y que sus acciones puedan ser conocidas, reduciendo la incertidumbre tanto de trabajadores como de dirigentes con respecto al estado de la misma. También facilita la interacción y mejora el clima laboral, además de mejorar la productividad y permitir reaccionar de forma más óptima ante cualquier eventualidad.

2. OBJETIVOS GENERALES

Los objetivos que tiene la comunicación empresarial son fácilmente entendibles. A nivel interno, por un lado permite que se produzca una organización coherente y se comparta la información y los resultados obtenidos por sus diferentes departamentos o trabajadores, así como que se pueda generar y transmitir los objetivos y la visión corporativa de la empresa.

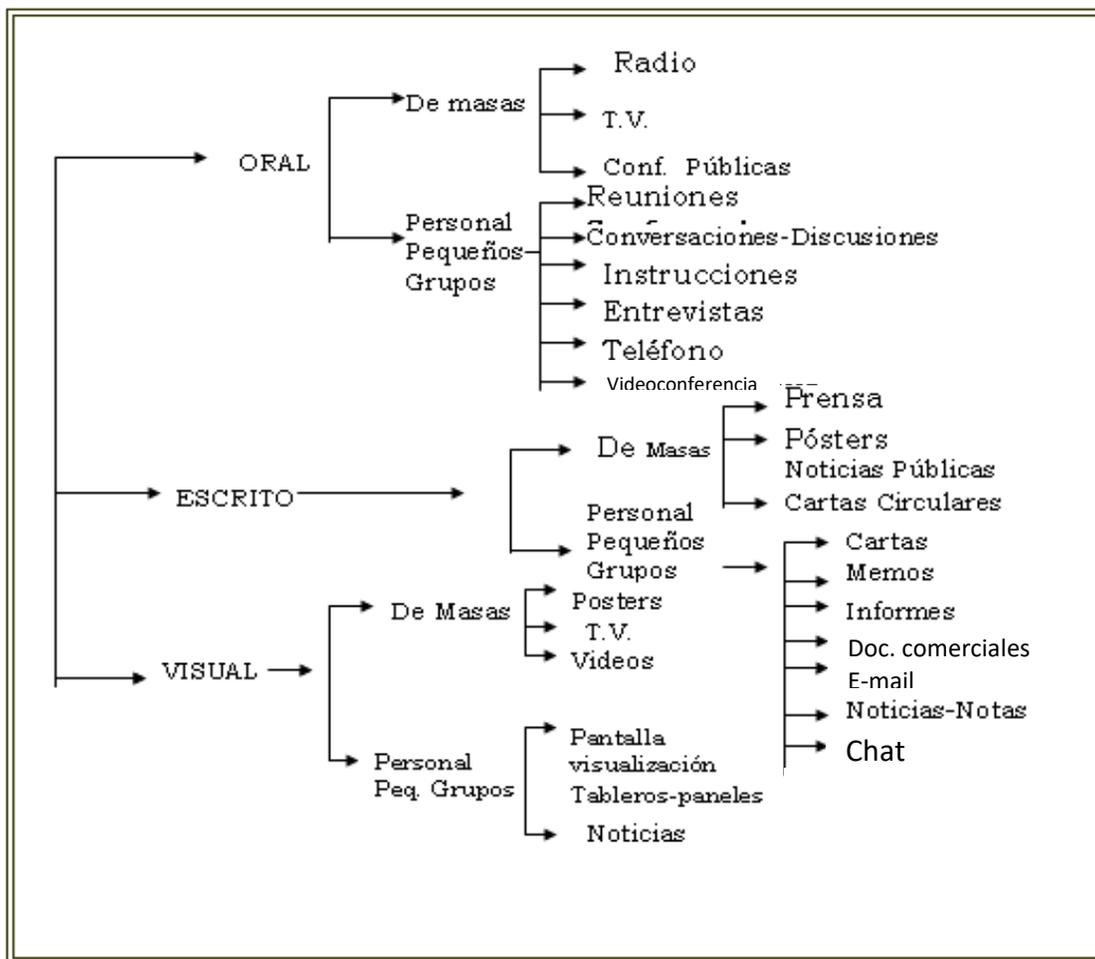
También facilita la comprensión de lo que se espera de cada uno de los trabajadores, así como el entendimiento de las realidades a las que cada uno de ellos debe hacer frente. Asimismo, se facilita que todos trabajen en una misma dirección, y que se puedan aprender nuevas formas de llevar a cabo las propias responsabilidades.

A nivel de comunicación con el exterior, la comunicación empresarial es imprescindible de cara a contactar con el medio y generar una imagen positiva de la propia empresa, así como de cara a analizar al público objetivo y valorar sus necesidades. También permite aprender a atraer a posibles clientes y valorar los cambios propios de la sociedad dinámica y fluida en la que vivimos, algo fundamental de cara a prever y afrontar posibles dificultades y poder adaptarse al medio.

3. MÉTODOS DE COMUNICACIÓN COMERCIAL

En la vida laboral o profesional habrá muchas ocasiones en que un superior determinará el método de comunicación que desea utilizar cuando se pida que redacte una carta o un informe, se digite un mensaje, se conteste una llamada, etc. En la medida que se adquiera experiencia y responsabilidad día a día, él Jefe confiará en el trabajo y el colaborador será el encargado de decidir el método o combinación de métodos a utilizar.

En el siguiente cuadro encontrarás un resumen de los métodos de comunicación más comunes en las Empresas.





ACTIVIDAD

MÉTODOS DE COMUNICACIÓN

1. Indica marcando con una X el método de comunicación que corresponda:

CONCEPTO	COMUNICACIÓN ORAL (Masas)	COMUNICACIÓN ESCRITA(Masas)	COMUNICACIÓN VISUAL (Masas)	COMUNICACIÓN ORAL (Personal/Peq. Grupos)	COMUNICACIÓN ESCRITA (Personal/Peq. Grupos)	COMUNICACIÓN VISUAL (Personal/Peq. Grupos)
Entrevistas						
Pósters						
Conversaciones - Discusiones						
Informes						
Noticias						
Teléfonos						
Cartas - Circulares						
Prensa						
Pantalla						
Video conferencia						
Chat						
Memorándum						
T.V						
E-mail						

Dudas y trabajos al correo: ricardo.ojeda.reinhardt@gmail.com

(En el correo se debe especificar nombre completo y curso correspondiente)