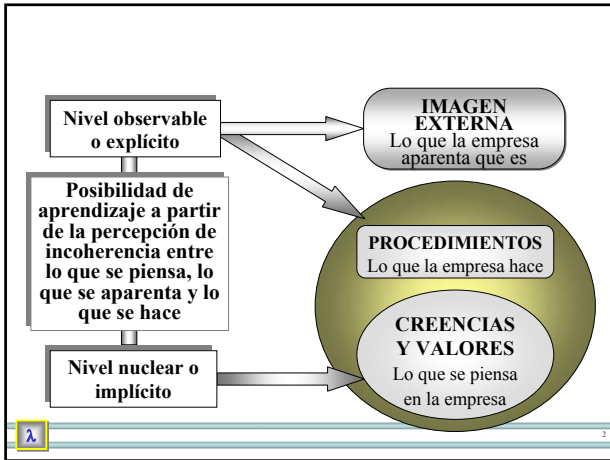
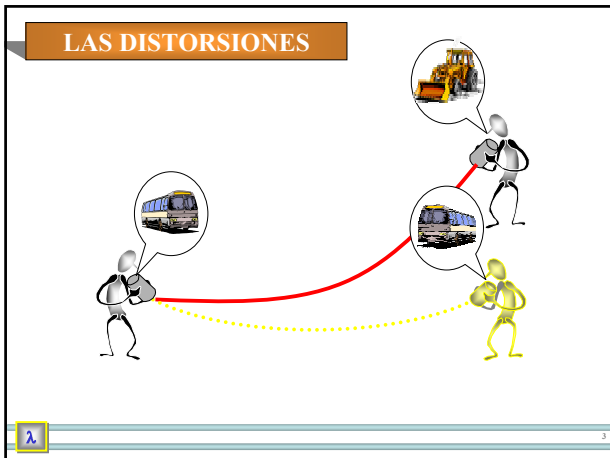
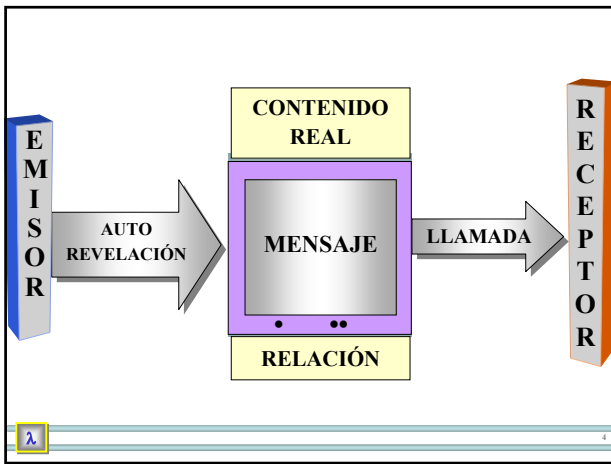


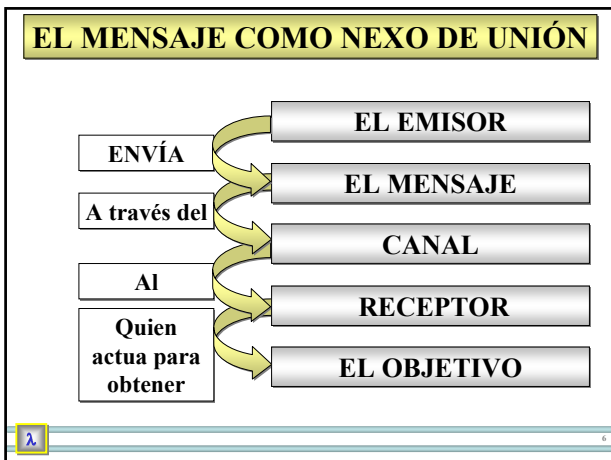
RELACIÓN ENTRE LA IMAGEN, LA COMUNICACIÓN Y LA INFORMACIÓN







INFORMAR
es un fenomeno
unilateral
COMUNICAR
implica relación y
reciprocidad



COMUNICACIÓN



PROCESO A TRAVÉS DEL CUAL SE PRODUCE UN INTERCANVIO DE IDEAS, OPINIONES Y INFORMACIÓN ENTRE DOS O MÁS INDIVIDUOS

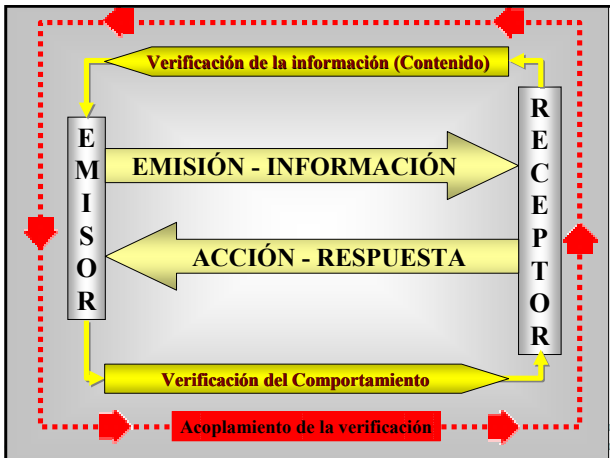
LA PUBLICIDAD
como proceso de comunicación externa



Objetivo principal:

Lograr una imagen positiva de la empresa y sus servicios.

Conseguir un clima adecuado durante la prestación del servicio y transmitir seguridad a los clientes.

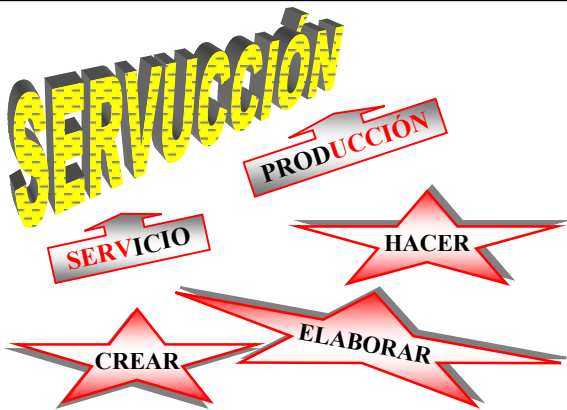


LA COMUNICACIÓN en el Servicio Público

Surgen de dos decisiones primeras :

LA DEFINICIÓN DEL PÚBLICO OBJETIVO

LA DETERMINACIÓN DEL CONTENIDO del mensaje, coherente con la estrategia de comunicación de la organización



SERVIUCIÓN →

Poner en común de forma sistemática y coherente todos los elementos físicos y humanos que intervienen en el proceso de producción del servicio, cuyos niveles de calidad han sido determinados

LA GESTIÓN DE LA CALIDAD TOTAL

La Calidad Total se define como un **PROCESO DE MEJORA CONTINUA**, consecuencia de un mejor conocimiento y control de todo el sistema organizativo

OBJETIVO

QUE EL SERVICIO RECIBIDO POR LOS CONSUMIDORES O USUARIOS ESTÉ EN CONDICIONES ÓPTIMAS PARA SU USO

λ

13

LA GESTIÓN DE LA CALIDAD TOTAL



DOS CARACTERÍSTICAS

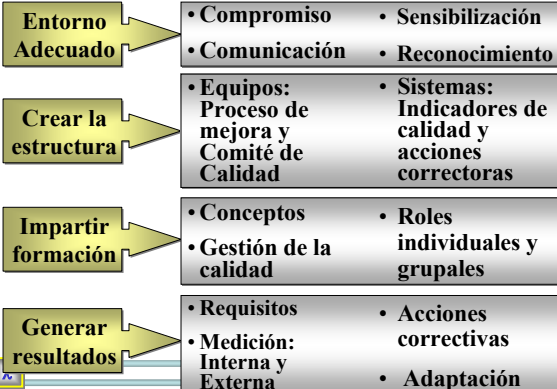
La satisfacción del cliente como estrategia básica

La gestión eficiente como capacidad fundamental

λ

14

LA CALIDAD TOTAL NECESITA



λ

15

EL COMPROMISO PARA LA GESTIÓN DE LA CALIDAD TOTAL

