Televisión corporativa

Autor

Felipe Jaramillo Vélez

Sinopsis

El presente texto busca mostrar la importancia de realizar productos videográficos en las organizaciones como estrategia de comunicación y difusión para el posicionamiento de las mismas. Para abordar el tema, se ha realizado una diferenciación de las temáticas en cuatro vectores: el video institucional como un instrumento básico para vender filosofía organizacional, el video promocional como estrategia de venta, mantenimiento y posicionamiento de marca, los videos informativos que entran a colaborar en la estrategia de difusión de información, tanto para públicos internos como externos y por último los videos educativos y de capacitación, los cuales cumplen una labor básica deactualizar al público interno en conocimientos técnicos, tácticos y estratégicos de la organización. actualizar al público interno en conocimientos técnicos, tácticos y estratégicos de la organización.



Impreso

Año de publicación: 2008

Presentación: Libro

Tamaño: 22 x 16.5 cm

Número absoluto de páginas: 136 Páginas

ISBN13: 9789588348070

$38.000 COP

FJ

Sobre el autor

Felipe Jaramillo Vélez

2026 © Sistema Integrado de Metadata Estandarizada desarrollado por Hipertexto - Netizen