**Communicatie**

Theorieën

***Theorieën:***

**One-step-flow theorie**🡪 Er is maar één stap; de zender stuurt iets naar de ontvanger, en de ontvanger neemt dit direct aan.

**Stimulus-reponse theorie**🡪 Bij elke stimulus van de media kun je een bepaalde response van je publiek verwachten.

**Two-step-flow theorie**: 🡪 nuance van een tussenstop in de communicatie; de opinieleider

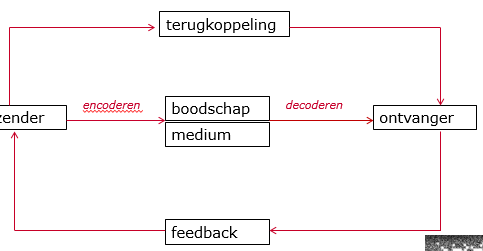
**Agendasettingstheorie**🡪 De macht wordt bij het medium gelegd. Zij bepalen de ‘agenda’; niet zozeer wat het publiek denkt, maar wel waarover het publiek denkt.

**The medium in the message**🡪 Niet zozeer de inhoud van wat via de media verspreid wordt van belang is, als het medium zelf.

**Uses-and-gratifications theorie**🡪 Het publiek gebruikt de media (use) om in haar eigen behoeften te voorzien. ( grafity)

Model

Basismodel:



Kennis:

Doelstellingen zijn **‘SMART** ‘geformuleerd.

**Corporate Identitymix:**

* Persoonlijkheid
* Gedrag
* Symboliek
* Communicatie
* Corporate identity
* Corporate imago

**Huisstijl:** visuele identiteit van een organisatie

* Logo
* Kleur
* typografie