



ALUMNA: DEYSI MONTERO CHABLE

MATERIA: RELACIONES PÚBLICAS

ACTIVIDAD: UN ENSAYO

TEMA: UNIDAD 1- RELACIONES PUBLICAS

Y PUBLICIDAD, UNIDAD 2 –RELACIONES

PUBLICAS EN ORGANIZACIONES

TURISTICAS

LIC: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

DOCENTE: JOSE ALBERTO PEREZ ALEGRIA

En este presente ensayo hace referencia a la importancia a las relaciones publicas, lo cual es algo elemental ya que es el marco de la comunicación, para las organizaciones quiere decir que son los encargados de gestionar todo lo que se comunica sobre esta organización. Considero que si no hay publicidad para una organización no se daría a conocer el producto, para ello el marketing es esencial ya que intenta incrementar las ventas y estimular la demanda. En el cual se tiene que dar a conocer el producto también se necesita convencer para que así resulte validado todo tipo de argumentos. Los anuncios publicitarios se han convertido en una vertiente más de la creación artística, especialmente en televisión, donde varios directores de cine han desarrollado una labor creativa muy importante. Los gerentes de relaciones públicas planifican, organizan, dirigen, controlan y evalúan actividades de su especialidad en negocios comerciales, industriales y electrónicos. Asimismo, pueden trabajar para entidades gubernamentales, agencias de publicidad, mercadeo y relaciones públicas o para consultoras. En el cual la comunicación con los empleados es elemental, esto les permite estar bien informados acerca de sus instituciones y a la vez fomentara que les digan a los directores lo que piensan. Así pues los empleados bien informados tienden a ser personas satisfechas, se desempeñan mejor en su trabajo, de esta forma se influye positivamente en las relaciones con los clientes, inversionistas, medios de comunicación entre otros. Los directores de relaciones públicas establecen relaciones con la prensa y los medios de comunicación, por lo que a menudo son responsables de actividades tales como servir de enlace con los medios de comunicación, investigación sobre la opinión pública y las tendencias del mercado, supervisión de noticias. Hay dos maneras de trabajar en relaciones públicas: con exclusividad, donde el director de relaciones públicas trabaja para una sola empresa, o en una consultoría, donde el director trabaja con una serie de empresas. Una opción disponible actualmente son las consultoras de prensa. Allí, las empresas pueden obtener asesoría para dirigirse al público indicado, para lo cual será necesario primero seleccionar entre los distintos espacios ofrecidos por los medios de comunicación (agencias de noticias, diarios, revistas, radios y canales de televisión). Dentro de la gerencia de ventas encontramos un principio esencial a la hora de prestar un excelente servicio, es que los miembros de la organización sean conscientes que el jefe más importante no es quien están por encima en el organigrama, sino quienes son nuestros consumidores. Y no es más importante quien más gente mande; sino quien más clientes internos y externos tenga, pues la gestión obtiene mayor valor, entre mejor servicio se preste. Establecer canales relacionales reales dentro de la organización aproxima a los diferentes

Actores dentro del proceso empresarial, optimiza tiempos, mejora relaciones, estandariza Algunas instancias de servicio. En últimas beneficia al cliente externo; mejorado el concepto que tiene él de la organización y posiblemente garantizando que vuelva a consumir el producto o servicio. Las relaciones con el gobierno considerado como fuente de crédito cobraron mayor importancia a partir del primero de septiembre de 1982, fecha en que entró en vigor el decreto por el cual se nacionalizó la banca privada, ya que con ello el Estado se convirtió en la principal fuente de financiamiento para un mayor número de organizaciones. Es importante que cada organización aplique los preceptos de relaciones con las organizaciones financiadoras recomendados en el capítulo correspondiente, en sus relaciones con aquellas sociedades nacionales de crédito que puedan llegar a financiarla, a fin de facilitar el proceso de obtención de créditos. Los medios masivos de información especialmente la prensa, facilitan a las organizaciones estar al tanto de las decisiones y tendencias del gobierno en sus cuatro aspectos expuestos hasta ahora (aspectos regulador, impositivo, crediticio y coordinador). Desde el punto de vista de las relaciones públicas, la prensa presenta un doble aspecto: constituye un importante medio de relaciones públicas y al mismo tiempo un público más de la organización. Las buenas relaciones que se establezcan con la prensa deben iniciarse considerando a la misma como un público y no primordialmente como un instrumento.

las relaciones públicas para actividades sin fines de lucro, son hoy una disciplina esencial para optimizar la administración y el sustento de toda entidad sin fin de lucro. Las actividades de relaciones públicas pueden ser innumerables para este tipo de entidades, pues van desde las actividades sociales para recaudar fondos, búsqueda de patrocinios, historias de éxito hasta una relación activa y constante con los medios de comunicación. Las relaciones públicas son comunicación de ligas mayores, son ellas quienes construyen y mantienen imágenes con credibilidad. Puesto que para la industria del Turismo el aprovechamiento y la correcta difusión de sus recursos es de vital importancia en comparación con otras industrias, la función primordial de las Relaciones Públicas en el sector es su participación en la promoción turística de un país, región o ciudad. Para una institución hotelera, el correcto aprovechamiento y difusión de sus instalaciones es, más que para cualquier otro tipo de empresas, de vital importancia, ya que sus instalaciones son el producto mismo. La importancia que para la empresa hotelera tienen las relaciones Públicas es precisamente, al hablar de un hotel, se habla de sus instalaciones, sus servicios, su gente, su localización y los beneficios que, en comparación con otros hoteles proporciona a sus huéspedes. Las relaciones públicas no son exclusivamente una nota

informativa publicada en un periódico, alabando instalaciones o elogiando la atención recibida; son el resultado positivo de esas instalaciones y esa atención.

En conclusión las relaciones públicas son la comunicación para las organizaciones que quieren que sus productos se den a conocer al público y tener mayor publicidad.