



**Nombre de alumno: Yosuary Santizo
Ramírez**

**Nombre del profesor: Angela
Zavaleta**

**Nombre del trabajo: Cuadro
sinóptico**

Materia: Relaciones publicas

Grado: 7 cuatrimestre

Grupo: "D"

RELACIONES PUNICAS Y PUBLICIDAD

Antecedentes históricos

En el marco de la comunicación, las relaciones públicas aportan a las organizaciones la capacidad de participar en la dinámica social ya sea informando sobre lo que hacen o percibiendo lo que la sociedad demanda de ellas.

Las relaciones públicas en México datan de tiempos precolombinos: nuestros ancestros ya realizaban ciertas funciones de relaciones públicas porque entendían la naturaleza y la importancia que tiene contar con las personas para alcanzar objetivos específicos.

Fue fundada en 1996

sus principales objetivos son:

- Promover el conocimiento y la profesionalización
- Abrir nuevos mercados para las relaciones públicas en el país.
- Facilitar el intercambio de experiencias profesionales.
- Asegurar la ética profesional de los asociados.

Funciones de la publicidad y las relaciones públicas.

La publicidad es una herramienta esencial del marketing, ya que intenta incrementar las ventas y estimular la demanda.

funciones fundamentales

- Función informativa
- Función persuasiva.
- Función económica.

Beneficios objetivos y tareas específicas internas y externas

Las empresas suelen contratar los servicios de las agencias de Relaciones Públicas con el objetivo de alcanzar una mayor cobertura de mercado.

estrategia de Relaciones Públicas

- Generar opinión publica
- Publicidad institucional de la empresa
- Afianzamiento del factor humano
- Servir de apoyo al área de comercialización

Funciones del director y asesor de relaciones públicas.

Los Gerentes de Relaciones Públicas planifican, organizan, dirigen, controlan y evalúan actividades de su especialidad en negocios comerciales, industriales y electrónicos

funciones más comunes de un Gerente de

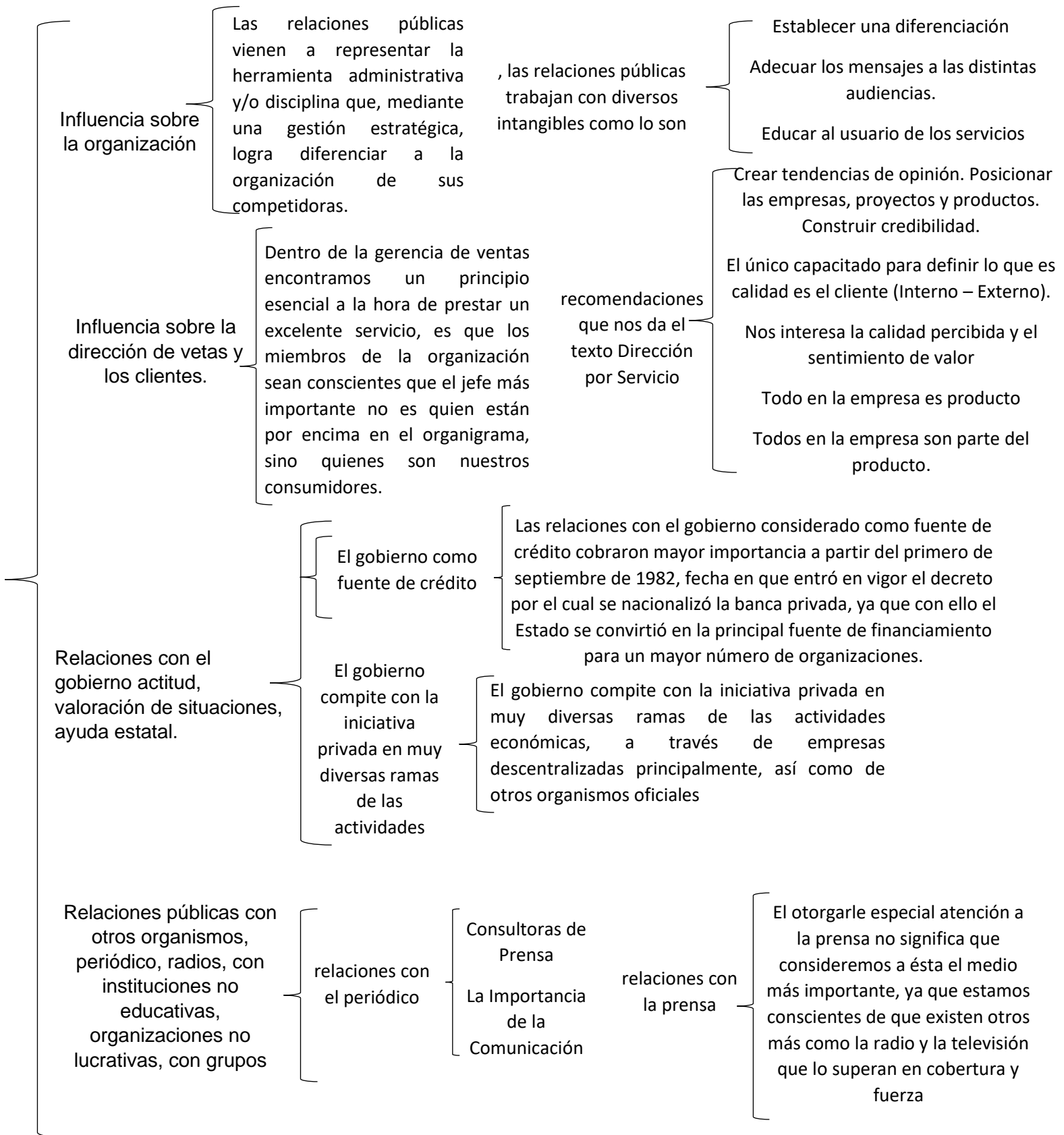
- Dirigir y evaluar los departamentos de la empresa
- Desarrollar y mantener la imagen e identidad corporativa del cliente
- Observar tendencias sociales, económicas y políticas.

Directivos y empleados: vehículos de relaciones públicas

Cuando las instituciones tienen buena comunicación con los empleados los resultados se ven reflejados. Los empleados se sienten satisfechos, motivados y más productivos

La principal función de relaciones públicas con respecto a las relaciones de trabajo

armonizar los intereses de éste con los de la institución; tiene que tratar de mantener las relaciones en un plano que reconozca los derechos de los demás.



, las relaciones públicas trabajan con diversos intangibles como lo son

- Establecer una diferenciación
- Adecuar los mensajes a las distintas audiencias.
- Educar al usuario de los servicios

recomendaciones que nos da el texto Dirección por Servicio

- Crear tendencias de opinión. Posicionar las empresas, proyectos y productos. Construir credibilidad.
- El único capacitado para definir lo que es calidad es el cliente (Interno – Externo).
- Nos interesa la calidad percibida y el sentimiento de valor
- Todo en la empresa es producto
- Todos en la empresa son parte del producto.

Relaciones con el gobierno actitud, valoración de situaciones, ayuda estatal.

El gobierno como fuente de crédito

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.

El gobierno compite con la iniciativa privada en muy diversas ramas de las actividades

El gobierno compite con la iniciativa privada en muy diversas ramas de las actividades económicas, a través de empresas descentralizadas principalmente, así como de otros organismos oficiales

Relaciones públicas con otros organismos, periódico, radios, con instituciones no educativas, organizaciones no lucrativas, con grupos

relaciones con el periódico

- Consultoras de Prensa
- La Importancia de la Comunicación

relaciones con la prensa

El otorgarle especial atención a la prensa no significa que consideremos a ésta el medio más importante, ya que estamos conscientes de que existen otros más como la radio y la televisión que lo superan en cobertura y fuerza