

MAPA CONCEPTUAL “PUBLICIDAD Y RELACIONES PUBLICAS”

**RELACIONES PUBLICAS
ING. ANGELA ZAVALETA**

PRESENTA EL ALUMNO:

Leydi Rocxana López Matías

GRUPO, SEMESTRE y MODALIDAD:

**7to. Cuatrimestre “D” Administración de Empresas
Semiescolarizado**

Frontera Comalapa, Chiapas

06 de Diciembre del 2020

PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

PUBLICIDAD

RELACIONES PÚBLICAS

Concepto

¿QUE ES?

Cualquier forma pagada de representación y promoción no personales acerca de ideas, bienes o servicios por un patrocinador identificado.

Principales decisiones de publicidad

SON

- Establecimiento de los objetivos
- Decisiones de presupuesto
- Decisiones de mensaje
- Decisiones de medio
- Evaluación de la publicidad

Establecimiento de los objetivos de publicidad

ES

Una tarea de comunicación específica que se realiza con un público meta específico, durante un tiempo específico

Tipos de Publicidad

SON

- Publicidad Informativa
- Publicidad Persuasiva
- Publicidad Recordatorio

de

Desarrollo de la estrategia promocional

¿QUÉ ES?

Utiliza la compañía para lograr sus objetivos de publicidad

¿EN QUE CONSISTE?

EN

- La creación de mensajes publicitario
- La selección de los medios de comunicación publicitarios

Creación del mensaje publicitario

Proceso de la Creación del Mensaje Publicitario

ES

- Estrategia de Mensaje
- Concepto Creativo
- Ejecución del mensaje

Selección de Medios Publicitarios

Principales Pasos

SON

- > Decidir el alcance, frecuencia e impacto.
- > Seleccionar vehículos de comunicación específicos.
- > Elegir el momento de presentación en los medios.

Evaluación de la eficacia de la publicidad y de su

Tomar en cuenta los efectos

¿QUE SON?

- > Los efectos de comunicación
- > Los efectos en las ventas y en las utilidades

Comisión Nacional de Valores

Las Funciones

SON

- Aprobar el ofrecimiento de títulos y valores. Aprobar y/o vetar la inscripción en bolsa.
- Aprobar el ofrecimiento de valores no registrados en bolsa.
- Aprobar las tasas mínimas y máximas de interés de las emisoras de cédulas, bonos hipotecarios, bonos generales, bonos comerciales de sociedades financieras.

Desarrollo de programas publicitarios

ES

- Organización para la publicidad (Agencias de publicidad externas)
- Decisiones de publicidad internacional (Estandarización)

¿QUÉ SON?

Las relaciones públicas pretenden establecer buenas relaciones con los diversos públicos de una compañía mediante la obtención de publicidad favorable

Departamento de Relaciones Públicas

FUNCIONES

- Establecer relaciones con la prensa o fungir como agencia de prensa
- Publicidad del producto
- Asuntos públicos
- Cabildeo
- Relaciones con inversionistas
- Desarrollo

El papel y el impacto de las relaciones públicas

ES

- Costos más bajos que la publicidad
- Mayor impacto en la conciencia pública que la publicidad

Principales herramientas de relaciones públicas

- Noticias
- Discursos
- Eventos especiales
- materiales escritos
- Actividades de servicio público
- Marketing de rumor
- Redes Sociales

