

Relaciones públicas y publicidad
RELACIONES PUBLICAS
ING. ÁNGELA ZAVALA VILLATORO

PRESENTA EL ALUMNO:

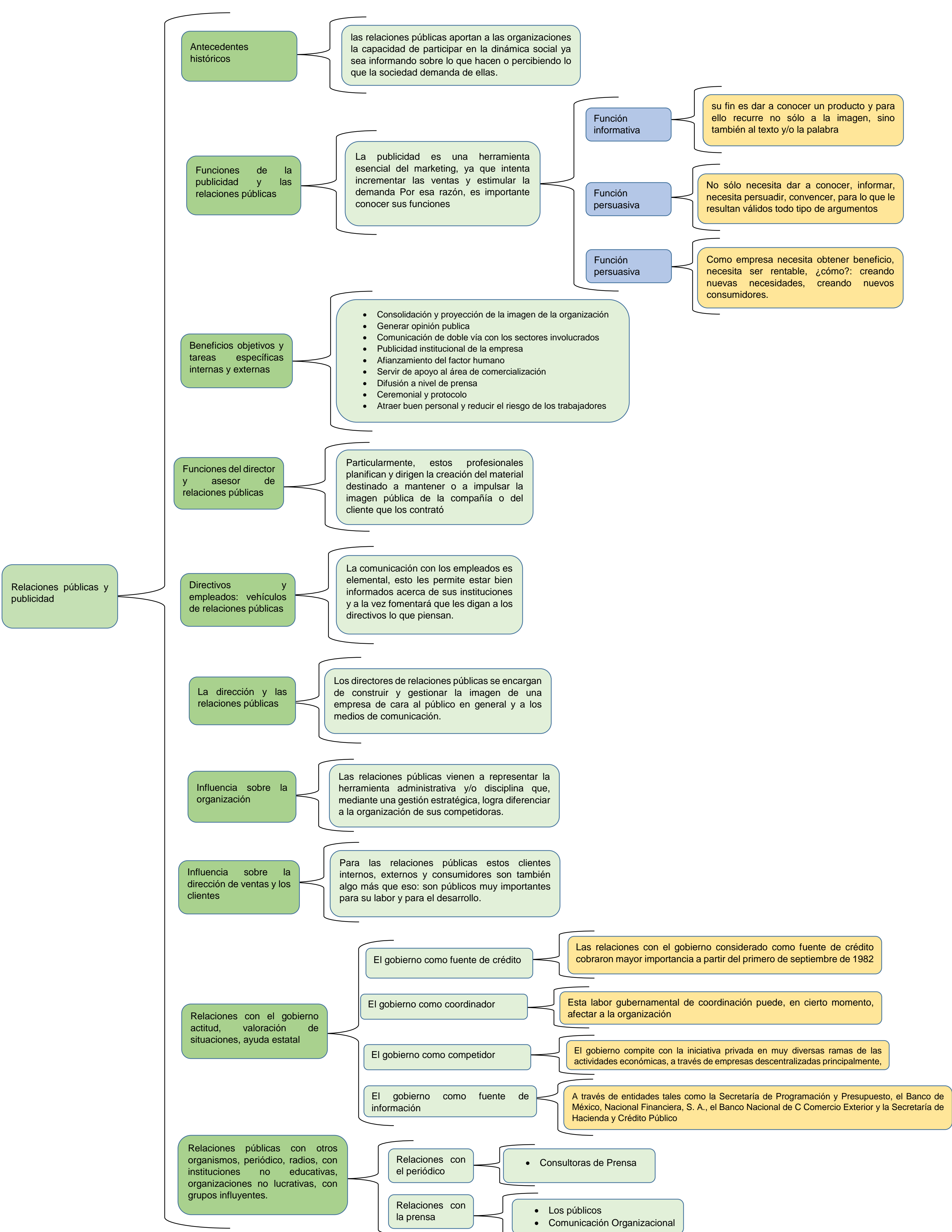
JOSÉ ALBERTO HERRERA VAZQUEZ

GRUPO, SEMESTRE y MODALIDAD:

7mo Cuatrimestre “D” LAE Semiescolarizado

Frontera Comalapa, Chiapas

15/Noviembre/2020



Relaciones públicas y publicidad

Antecedentes históricos

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.

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 Por esa razón, es importante conocer sus funciones

Función informativa

su fin es dar a conocer un producto y para ello recurre no sólo a la imagen, sino también al texto y/o la palabra

Función persuasiva

No sólo necesita dar a conocer, informar, necesita persuadir, convencer, para lo que le resultan válidos todo tipo de argumentos

Función persuasiva

Como empresa necesita obtener beneficio, necesita ser rentable, ¿cómo?: creando nuevas necesidades, creando nuevos consumidores.

Beneficios objetivos y tareas específicas internas y externas

- Consolidación y proyección de la imagen de la organización
- Generar opinión pública
- Comunicación de doble vía con los sectores involucrados
- Publicidad institucional de la empresa
- Afianzamiento del factor humano
- Servir de apoyo al área de comercialización
- Difusión a nivel de prensa
- Ceremonial y protocolo
- Atraer buen personal y reducir el riesgo de los trabajadores

Funciones del director y asesor de relaciones públicas

Particularmente, estos profesionales planifican y dirigen la creación del material destinado a mantener o a impulsar la imagen pública de la compañía o del cliente que los contrató

Directivos y empleados: vehículos de relaciones públicas

La comunicación con los empleados es elemental, esto les permite estar bien informados acerca de sus instituciones y a la vez fomentará que les digan a los directivos lo que piensan.

La dirección y las relaciones públicas

Los directores de relaciones públicas se encargan de construir y gestionar la imagen de una empresa de cara al público en general y a los medios de comunicación.

Influencia sobre la organización

Las relaciones públicas vienen a representar la herramienta administrativa y/o disciplina que, mediante una gestión estratégica, logra diferenciar a la organización de sus competidoras.

Influencia sobre la dirección de ventas y los clientes

Para las relaciones públicas estos clientes internos, externos y consumidores son también algo más que eso: son públicos muy importantes para su labor y para el desarrollo.

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

El gobierno como coordinador

Esta labor gubernamental de coordinación puede, en cierto momento, afectar a la organización

El gobierno como competidor

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

El gobierno como fuente de información

A través de entidades tales como la Secretaría de Programación y Presupuesto, el Banco de México, Nacional Financiera, S. A., el Banco Nacional de C Comercio Exterior y la Secretaría de Hacienda y Crédito Público

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

Relaciones con el periódico

- Consultoras de Prensa

Relaciones con la prensa

- Los públicos
- Comunicación Organizacional