

**Nombre de alumnos:** Eduardo De La Cruz Geronimo

**Nombre del profesor:** Ángela Zavaleta Villatoro

**Nombre del trabajo:** Mapa conceptual

**Materia:** Relaciones públicas

**Grado:** 7mo cuatrimestre

**Grupo:** "D" Licenciatura en administración de empresas

# PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

## Publicidad

Cualquier forma pagada de representación y promoción, bienes o servicios por un patrocinador identificado.

Principales decisiones de publicidad

Establecimiento de objetivos

Decisiones de presupuesto

Decisiones de mensaje

Decisiones de medios

Evolución 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

Establecimiento de los objetivos de publicidad

Publicidad informativa

El objetivo consiste en crear una demanda primaria

Publicidad informativa

Cobra mayor importancia conforme aumenta la competencia para crear una demanda selectiva

Publicidad informativa

Ayuda a conservar las relaciones con los clientes y mantiene a los consumidores pensando en el producto

## Publicidad

Pretenden establecer buenas relaciones con los diversos públicos de una compañía mediante la obtención de publicidad favorable

El departamento de relaciones públicas debe realizar las siguientes funciones

Establecer relaciones con la prensa o fungir como agencia

Publicidad del producto

Asuntos públicos

Cabildeo

Relaciones con inversionistas

Desarrollo

El papel y el impacto de las relaciones públicas

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

Materiales de identidad corporativa

Actividades de servicio público