



PASIÓN POR EDUCAR

Nombre de la alumna: Arely Gerónimo
Díaz

Nombre del profesor: Ing. Ángela Zavaleta
Villatoro

Nombre Del trabajo: Cuadro sinóptico del
tema “Relaciones publicas y publicidad. “

Materia: Relaciones publicas

Grado: 7to cuatrimestre

Grupo: Administración de empresas
semiescolarizado “D”

Frontera Comalapa, Chiapas a 15 de noviembre de 2020

RELACIONES PÚBLICAS Y PUBLICIDAD

➤ ANTECEDENTES HISTÓRICOS.

- Las relaciones públicas aportan a las organizaciones la capacidad de participar en la dinámica social.
- 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.
- En México precolombino los aztecas se percataron de la importancia de escuchar la opinión de los demás y del cuidado de una buena imagen.
- En agosto de 1978, México encabezó la primera Asamblea Mundial de Asociaciones de Relaciones Públicas y adoptaron lo que denominaron: La Declaración de México.

➤ FUNCIONES DE LA PUBLICIDAD Y LAS RELACIONES PÚBLICAS.

funciones fundamentales de la publicidad

1.- Función informativa. Sabemos que 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.

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

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

serie de funciones que busca cumplir en la sociedad

a.- Función financiadora: es la publicidad uno de los principales medios de financiación para todos los medios de comunicación.

b.- Función sustitutiva. La publicidad no presenta sino una representación manipulada de la realidad.

c.- Función estereotipadora. Se tiende a unificar gustos, hábitos de comportamiento y de vida.

d.- Función desproblematizadora: El mundo que nos muestra la publicidad rara vez deja de ser un mundo fascinador, sin problemas ni tensiones.

➤ BENEFICIOS OBJETIVOS Y TAREAS ESPECÍFICAS INTERNAS Y EXTERNAS.

Los objetivos a perseguir

- 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
- Realización de campañas destinadas a promover y hacer conocer aspectos determinados de la empresa
- Difusión a nivel de prensa
- Ceremonial y protocolo
- Atraer buen personal y reducir el riesgo de los trabajadores
- Prevenir conflictos y malas interpretaciones
- Fomento del respeto mutuo y la responsabilidad social

Clasificación de las actividades

- Análisis de la imagen organizacional en los medios de difusión
- Campañas de imagen corporativa
- Comunicación y promoción
- Estrategias y programas de manejo de la comunicación en situaciones de crisis
- Entrenamiento en relaciones con medios de difusión
- Investigación de opinión y de mercados
- Organización de eventos: congresos, conferencias de prensa, etc.
- Programas integrales de comunicación interna
- Programas integrales de relaciones públicas, comunicación corporativa y organizacional
- Producción de piezas de comunicación interna y externa, revistas para empleados, informes anuales, folletos corporativos, etc.
- Relaciones con la comunidad
- Relaciones con medios de comunicación

RELACIONES PÚBLICAS Y PUBLICIDAD

➤ FUNCIONES DEL DIRECTOR Y ASESOR DE RELACIONES PÚBLICAS.

Algunas funciones comunes de un Gerente de Relaciones Públicas

- Dirigir y evaluar los departamentos de la empresa que desarrollen e implementen estrategias de comunicación y programas de información.
- Desarrollar y mantener la imagen e identidad corporativa del cliente, lo cual comprende el uso de logos y anuncios.
- Observar tendencias sociales, económicas y políticas que puedan afectar a la organización o a los clientes y recomendar maneras de mejorar su imagen en base a ellas.
- Desarrollar y presentar resúmenes para conferencias o eventos importantes.
- Dirigir y supervisar la estrategia de redes sociales de la empresa.

Labores diarias

- Decidir cuál comunicado será enviado a los medios de comunicación.
- Identificar grupos y audiencias relevantes para determinar la mejor forma de poder llegar a ellos y llamar su atención.
- Designar a un vocero o fuente de información para atender las inquietudes de los medios de comunicación.
- Diseñar vías de comunicación efectivas para que los clientes puedan interactuar con el público.
- Desarrollar y conservar la imagen e identidad corporativa de la empresa o cliente.
- Asistir e informar a los ejecutivos y voceros de una organización.
- Diseñar e implementar programas de comunicación y promoción.
- Supervisar y monitorear las actividades designadas a distintos miembros del equipo.

➤ FUNCIONES DEL DIRECTOR Y ASESOR DE RELACIONES PÚBLICAS.

Director de relaciones publicas

Se encargan de construir y gestionar la imagen de una empresa de cara al público en general y a los medios de comunicación.

Sus funciones

- Comunicados de prensa.
- La preparación de declaraciones de prensa.
- La organización de visitas, exposiciones y eventos varios.

Actividades de las que son responsables

- Servir de enlace con los medios de comunicación.
- Investigación sobre la opinión pública.
- Las tendencias del mercado, supervisión de noticias.

Maneras de trabajar en relaciones públicas

- **Con exclusividad:** donde el director de relaciones públicas trabaja para una sola empresa.
- **En una consultoría:** donde el director trabaja con una serie de empresas.

➤ INFLUENCIA SOBRE LA ORGANIZACIÓN

Influencia de las relaciones

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.

Las relaciones públicas trabajan con diversos intangibles

- Establecer una diferenciación.
- Adecuar los mensajes a las distintas audiencias.
- Educar al usuario de los servicios.
- Crear tendencias de opinión.
- Posicionar las empresas, proyectos y productos.
- Construir credibilidad.
- Desarrollar relaciones con los líderes de opinión.
- Identificar las necesidades de los consumidores / usuarios.
- Establecer una comunicación continua con los públicos.
- Construir alianzas y sociedades (socios).
- Construir conciencia y visibilidad.
- Introducir nuevos conceptos en el mercado.
- Defenderse de los ataques de los competidores.

RELACIONES PÚBLICAS Y PUBLICIDAD

➤ INFLUENCIA SOBRE LA DIRECCIÓN DE VENTAS Y LOS CLIENTES.

Influencia sobre la dirección de ventas

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.

Relaciones publicas y los clientes

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

➤ RELACIONES CON EL GOBIERNO ACTITUD, VALORACIÓN DE SITUACIONES, AYUDA ESTATAL.

El gobierno como fuente de crédito

El Estado se convirtió en la principal fuente de financiamiento para un mayor número de organizaciones.

El gobierno como coordinador

Es coordinador de la economía y actividades nacionales, función que realiza con el fin de lograr un desarrollo armónico y equilibrado del país.

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, así como de otros organismos oficiales.

El gobierno como fuentes 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 Comercio Exterior y la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, el gobierno realiza censos, investigaciones y estudios que constituyen una valiosa información para organizaciones de muy diversos tamaños y tipos.

➤ RELACIONES PÚBLICAS CON OTROS ORGANISMOS

Relaciones con el periódico

- **Consultoras de Prensa:** Una opción disponible actualmente son las consultoras de prensa. Allí, las empresas pueden obtener asesoría para dirigirse al público indicado.

- **La Importancia de la Comunicación:** Encuestas recientes, determinan que el 87 % de los encuestados opinaba que los beneficios de ser noticia revertían en imagen de empresa y el 54 %, en prestigio de marca.

Relaciones con la prensa

- **Los públicos:** La mayoría de las asociaciones gremiales y profesionales orienta sus tareas y su información hacia segmentos específicos de nuestra sociedad en vez de dirigirlos hacia el público en general.

- **Comunicación Organizacional:** Las relaciones y comunicaciones con el personal de una asociación son esenciales para alcanzar los objetivos de los organismos intermedios.

Las relaciones públicas básicas para los organismos no lucrativos

- 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.

- Los medios de comunicación dentro de las actividades de organismos no lucrativos deben formar parte de las tácticas continuas en relaciones públicas.