



**Nombre de alumnos: Pérez López
Moisés Jonatán**

**Nombre del profesor: Ángela
Zavaleta Villatoro**

**Nombre del trabajo: publicidad
Y relaciones públicas**

Materia: relaciones públicas

Grado: séptimo cuatrimestre

Grupo: "D"

RELACIONES PÚBLICAS Y PUBLICIDAD

Funciones Fundamentales

- 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.

Estrategia De Relaciones Publicas

- Consolidación y proyección de la imagen de la Organización.
- Generar opinión publica.
- Comunicación de doble vía con los sectores involucrados.
- Publicidad institucional de la empresa.
- Afianzamiento del factor humano
- Servir de apoyo al área de comercialización.

Funciones Del Director

- 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.
- Trabajar en conjunto con los Gerentes de Mercadeo y Publicidad para garantizar que las campañas estén alineadas con la imagen que la empresa o el cliente quieren proyectar.

influencia Sobre la Organización

- 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.

RELACIONES PÚBLICAS Y PUBLICIDAD

El gobierno Como Competidor

- El gobierno compite con la iniciativa privada en muy diversas ramas de las actividades económicas.
- La Compañía Nacional de Subsistencias Populares, S. A. (CONASUPO), que compite a través de sus tiendas de autoservicio
- En los casos de competencia con un sector o institución gubernamental, la organización debe mantener sus relaciones con él de la misma manera como si se tratara de un competidor privado

Consultoras De Prensa

Una opción disponible actualmente son las consultoras de prensa. Allí, las empresas pueden obtener asesoría para primero seleccionar entre los distintos espacios ofrecidos por los medios de comunicación (agencias de noticias, diarios, revistas, radios y canales de televisión).

organismo representativo

1. Los miembros o socios
2. El personal de la organización
3. Los miembros o socios potenciales
4. Los clientes reales y potenciales de los productos o servicios ofrecidos por los socios.
5. Los funcionarios de gobierno y de las instituciones
6. Los profesores y estudiantes de materias afines a la asociación.
7. Los proveedores de productos y servicios de los miembros de la asociación.
8. El público en general.