

Docente:
Ángela Zabaleta

Presenta la alumna:
Mayra Lizbeth Pérez Pérez

Cuatrimestre, grupo,
7mo cuatrimestre “D”

Carrera y modalidad:
Lic. Administración de empresas, Semiescolarizado

Frontera Comalapa, Chiapas
14 de Noviembre del 2020.

Relaciones públicas y publicidad

Funciones de la

Publicidad

Es persuadir, convencer de que un producto es mejor que otro, de que exista la necesidad de comprarlo o de que se trata de algo novedoso u original que mejorara la vida del público.

Relaciones públicas

Mantener líneas de comunicación mutuas, entendimiento, aceptación, y cooperación entre una organización y sus públicos.

La dirección y las relaciones públicas.

Los directores de las 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.

Beneficios objetivos y tareas específicas internas y externas.

Beneficios

Visibilidad de marca, Crea oportunidades, impulsa identidad

Influencia sobre la organización.

Las relaciones públicas, ciertamente influyen en la organización de manera que estas hacen los beneficios que ya mencionamos

Objetivos

Alcanzar una mayor cobertura de mercado.

Tareas

Fortalecer los vínculos entre la empresa y sus empleados, se encarga de incrementar posición valores lineamientos e ingresos.

Influencia sobre la dirección de ventas y los clientes.

En las RRPP la dirección de las ventas consiste en un liderazgo centrado con un amplio sentido de negocio Y los clientes son algo más que consumidores, son un público muy importante para el desarrollo empresarial.

Funciones del director y asesor de relaciones públicas.

Planifican, organizan, dirigen, controlan y evalúan actividades de su especialidad en negocios comerciales, industriales y electrónicos.

Relaciones con el gobierno actitud, valoración de situaciones, ayuda estatal.

Gobiernos

Orientadas principalmente a brindar información al público sobre los proyectos y realización de sectoriales.

Valoraciones de situaciones

Elevan el perfil, construyen relaciones fuertes, generan demanda, aumentan la moral.

Ayuda estatal

Las RRPP son una herramienta importante para el sector estatal, tienen la ventaja de personalizar y dirigir mensajes a sus audiencias.

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 le digan a los directivos lo que piensan.

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

Medios de comunicación: Diarios, Revistas, Radio, Televisión, Internet.
Instituciones no educativas y organizaciones no lucrativas.