

RELACIONES PÚBLICAS

Docente:
Ángela Zavaleta

Presenta la alumna:
Mayra Lizbeth Pérez Pérez

Cuatrimestre, grupo,
7mo cuatrimestre “D”

Carrera y modalidad:
Lic. Administración de empresas, Semiescolarizado

Frontera Comalapa, Chiapas
05 de Diciembre del 2020.

PUBLICIDAD Y RELACIONES PUBLICAS

Forma de representacion y promocion acerca de ideas vienes y servicios.

PUBLICIDAD

Decisiones de mensaje
decisiones de medios
Decisiones de presupuesto

DECISIONES DE PUBLICIDAD

Tarea de comunicacion especifica que se realiza con un publico meta

OBJETIVOS DE PUBLICIDAD

Consiste en creacion de mensajes publicitarios y la seleccion de medios de comunicacion.

ESTRATEGIA PROMOCIONAL

Estrategia de mensaje
Concepto creativo
Ejecucion del mensaje

PARA LA CREACION DE UN MENSAJE PUBLICITARIO SE TOMA EN CUENTA

TIPOS DE PUBLICIDAD

Pretender establecer buenas relaciones con los diversos publicos de una compania mediante la publicidad .

Relaciones publicas

establecer relaciones con prensa
Publicidad del producto
Asuntos publicos
relaciones con inversionistas

Funciones de las relaciones publicas

Costos mas bajos que la publicidad
mayor impacto en la conciencia publica.

Impacto de las relaciones publicas

Noticias
Discursos
Internet
Redes Sociales

Herramienta de las relaciones publicas

Materiales escritos
Eventos especiales
Marketin de rumor

Herramientas de las relaciones publicas

Es utilizada cuando se introduce una nueva categoria de productos

INFORMATIVA

cobra mayor importancia cuando aumenta la competencia pues crea una demanda selectiva.

PERSUASIVA

ayuda a conservar ñas relaciones con los clientesy mandtiene a los consumidores pensando en el producto

RECORDATORIO