



**Nombre de alumnos: YOSUANY  
SANTIZO RAMIREZ**

**Nombre del profesor: ANGELA  
ZAVALETA**

**Nombre del trabajo: MAPA  
CONCEPTUAL**

**Materia: RELACIONES PUBLICAS**

**Grado: 7 CUATRIMESTRE**

**Grupo: "D"**

# PUBLICIDAD Y RELACIONES PUBLICAS

**LA PUBLICIDAD.** es cualquier forma pagada de representación y promoción no personales acerca de ideas, bienes o servicios por un patrocinador

## Principales decisiones de publicidad

establecimiento de objetivos

Decisiones de presupuesto

Decisiones de mensaje

Decisiones de medios

Evaluación de publicidad

## Establecimiento de los objetivos de publicidad

La publicidad informativa

La publicidad persuasiva

La publicidad de recordatorio

## Desarrollo de la estrategia promocional

La estrategia promocional es aquella que utiliza la compañía para lograr sus objetivos de publicidad y consiste en

- La creación de mensajes publicitarios
- La selección de los medios de comunicación

## Desarrollo de la estrategia promocional

Creación del mensaje publicitario

- Que capten atención
- Que comuniquen bien

Creación del mensaje publicitario

deben planearse mejor, ser más imaginativos, más entretenidos y más atractivos para los consumidores.

Creación del mensaje publicitario

- Estrategia de mensaje
- Concepto creativo
- Ejecución del mensaje

## Creación del mensaje publicitario Mensajes generados por los consumidores

- Videos de YouTube
- Concursos de marca en sitios de Internet
- Ventajas: Bajo costo, Nuevas ideas creativas, Ideas frescas sobre la marca

Selección de medios publicitarios

- Decidir el alcance, frecuencia e impacto.
- Seleccionar vehículos de comunicación específicos
- Elegir el momento de presentación en los medios

# LA PUBLICIDAD Y LAS RELACIONES PUBLICAS

## Relaciones públicas

Las relaciones públicas pretenden establecer buenas relaciones con los diversos públicos de una compañía mediante la obtención de publicidad favorable, la creación de una buena imagen corporativa y el manejo o bloqueo de rumores, relatos o sucesos desfavorables.

### se usan para

- promover productos
- personas
- ideas
- actividades.

### Principales herramientas de relaciones públicas

Noticias

Discursos

Eventos especiales

Materiales escritos

Materiales de identidad corporativa

Actividades de servicios públicos

Marketing de rumor

Redes sociales

Internet

### El departamento de relaciones públicas debe realizar las siguientes funciones

- Establecer relaciones con la prensa o fungir como agencia de prensa
- 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