



NOMBRE DE ALUMNOS: Mariluz Roblero
Pérez

NOMBRE DEL PROFESOR: c p. Victor Tadeo
Cruz Recinos

NOMBRE DEL TRABAJO: Cuadro sinoptico

MATERIA: Relaciones públicas

GRADO: Séptimo cuatrimestre

GRUPO: "B"

Frontera Comalapa, Chiapas a 2 de diciembre del 2020

ORGANIZACIÓN DE LA FUNCIÓN DE RELACIONES PÚBLICAS

Las relaciones públicas

Es una función directiva característica que establece y mantiene

- Líneas de comunicación mutua
- Entendimiento, aceptación y cooperación

Entre una organización y sus públicos, implica la gestión de problemas o temas

Relaciones con los medios de comunicación

- Diarios: permite a la organización acceder al público general
- Revistas: permite acceder a públicos más y mejor segmentados
- Radio: permite transmitir información instantáneamente las 24 horas del día
- Televisión: otorga gran notoriedad a la institución.
Internet: se puede trabajar sobre el sitio web institucional

Las relaciones públicas trabajan con diversos intangibles

- Identidad: es el ser de la organización, aquello que la caracteriza y diferencia del resto.
- Filosofía: plantea el objetivo global de la organización y el modo de llegar a él.
- Imagen: es aquella representación que la organización desea construir en las partes interesadas
- Reputación: es aquella representación mental que se hace el público sobre una Organización a través de las experiencias (directas o indirectas)

Coordinación de las relaciones públicas con las actividades de la organización turística

el objetivo de la función de las relaciones públicas es ayudar o apoyar los esfuerzos de ventas y de operación de cada uno de los hoteles

Para que cumpla con el objetivo descrito debe

Existir total coordinación y cooperación entre diferentes departamentos del hotel directamente relacionados con la comodidad, estancia, y actividades de los huéspedes

Creación y mantenimiento de las buenas relaciones entre la empresa y los demás sectores de la opinión pública con el fin de proyectar en ellos una imagen favorable de la organización

Eficiencia encendadora de la publicidad

Se debe definir en función de los objetos publicitarios

Será eficaz siempre y cuando cumpla los objetivos para los que fue ideada

- Deben tener un público objetivo perfectamente definido.
☑ Han de establecerse para un período de tiempo determinado
- Deben ser específicos y medibles
- Deben especificarse por escrito para evitar errores y facilitar la elaboración y evaluación de etc.