



**Nombre de alumno:** Egner Rudiel Velázquez Reyes.

**Nombre del profesor:** C.P Víctor Tadeo Cruz.

**Nombre del trabajo:** Cuadro sinoptico. Unidad IV

**Materia:** Relaciones Publicas.

**Grado:** VII Cuatrimestre

**Grupo:** "B"

**ORGANIZACIÓN DE LA FUNCION DE RELACIONES PÚBLICAS**

**FUNCION**

- Gestión de las comunicaciones internas:** es de suma importancia conocer a los recursos humanos de la institución y que éstos a su vez conozcan las políticas institucionales.
- Gestión de las comunicaciones externas:** toda institución debe darse a conocer a sí misma y a su accionariado.
- Funciones humanísticas:** resulta fundamental que la información que se transmita sea siempre veraz, ya que la confianza del público es la que permite el crecimiento institucional.
- Análisis y comprensión de la opinión pública:** Edward Bernays, considerado el padre de las relaciones públicas, afirmaba que es necesario persuadir (no manipular) a la opinión pública para ordenar el caos en que está inmersa.
- Trabajo conjunto con otras disciplinas y áreas:** el trabajo de toda relación pública debe tener una sólida base humanista con formación en psicología, sociología y relaciones humanas.

**COORDINACION DE LAS RELACIONES PÚBLICAS. ORGANIZACIÓN TURISTICA**

- OBJETIVO** { Es ayudar o apoyar los esfuerzos de ventas y de operación de cada uno de los hoteles, haciendo notar a los huéspedes los servicios e instalaciones con que cuenta el hotel y atendiendo personalmente a cada uno, si esto es posible, creando así una imagen de atención, cordialidad y servicio personal.
- INSTRUMENTOS** {
  1. Es conveniente la elaboración de un calendario de actividades para las diferentes áreas públicas, bares y restaurantes del hotel que desde luego represente un beneficio económico para la empresa.
  2. La planeación y ejecución de eventos especiales que no representen carga financiera para el hotel, sino que, por el contrario, aumenten su ingreso.
  3. La programación de eventos, tanto públicos como privados, para atraer a los residentes locales al hotel.
  4. Ordenar y seleccionar fotografías para boletines internos y externos.

**EFICIENCIA**

- Este concepto ha sido el instrumento habitualmente utilizado para medir los resultados de una campaña publicitaria o anuncio. La eficacia publicitaria se debe definir en función de los objetos publicitarios.
- REQUISITOS DE LOS OBJETIVOS** {
  - Deben ser específicos y medibles.
  - Debes conocer en qué condiciones de partida se establecen para evitar fijar objetivos que ya se han alcanzado. •
  - Deben tener un público objetivo perfectamente definido.
  - Han de establecerse para un período de tiempo determinado.
  - Deben especificarse por escrito para evitar errores y facilitar la elaboración y evaluación de la campaña publicitaria.

**ASESORIA**

- Consiste en proveer de servicios específicos, técnicos y creativos por parte de un grupo cualificado en función de su experiencia y formación a otra empresa ajena a ella.
- CLIENTE** { organización, individuo p grupo de individuos que contrata los servicios profesionales de una asesoría externa de RRPP para el logro de un programa acordado con fines de asesoramiento continuado o para una actividad concreta durante un período específico de tiempo.