



Nombre de alumno: Egner Rudiel Velázquez Reyes.

Nombre del profesor: C.P Víctor Tadeo Cruz.

Nombre del trabajo: Mapa conceptual.

Materia: Relaciones Publicas.

Grado: VII Cuatrimestre

Grupo: "B"

RELACIONES PÚBLICAS Y PUBLICIDAD.

LA DIRECCION Y 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.

Sus funciones

Pueden ser la redacción de comunicados de prensa, la preparación de declaraciones de prensa, la organización de visitas, exposiciones y eventos varios.

Establecen

Establecen relaciones con la prensa y los medios de comunicación, por lo que a menudo son responsables de actividades tales como servir de enlace con los medios de comunicación, investigación sobre la opinión pública y las tendencias del mercado, supervisión de noticias, entre otras.

INFLUENCIA SOBRE LA ORGANIZACION

Las relaciones públicas

Trabajan con diversos intangibles como lo son:

- Establecer una diferenciación.
- Adecuar los mensajes a las distintas audiencias.
- Educar al usuario de los servicios.
- Crear tendencias de opinión.
- Posicionar las empresas, proyectos y productos.
- Construir credibilidad.
- Desarrollar relaciones con los líderes de opinión. Identificar las necesidades de los consumidores / usuarios.
- Establecer una comunicación continua con los públicos.
- Construir alianzas y sociedades (socios).
- Construir conciencia y visibilidad.
- Introducir nuevos conceptos en el mercado.
- Defenderse de los ataques de los competidores.

SOBRE LA DIRECCION DE VENTAS Y LOS CLIENTES

Para

Las relaciones públicas estos clientes internos, externos y consumidores son también algo más que eso: son públicos muy importantes para su labor y para el desarrollo empresarial de la organización

Establecen

Canales relacionales reales dentro de la organización aproxima a los diferentes actores dentro del proceso empresarial, optimiza tiempos, mejora relaciones, estandariza algunas instancias de servicio. En últimas beneficia al cliente externo; mejorado el concepto que tiene él de la organización y posiblemente garantizando que vuelva a consumir el producto o servicio.

RELACIONES CON EL GOBIERNO

COMO FUENTE DE CRÉDITO

Es importante que cada organización aplique los preceptos de relaciones con las organizaciones financieras recomendados en el capítulo correspondiente, en sus relaciones con aquellas sociedades nacionales de crédito que puedan llegar a financiarla, a fin de facilitar el proceso de obtención de créditos.

COMO COORDINADOR

Esta labor gubernamental de coordinación puede, en cierto momento, afectar a la organización, en virtud de que el gobierno impulsará en ocasiones ciertas actividades económicas más que otras.

COMO COMPETIDOR

El gobierno compite con la iniciativa privada en muy diversas ramas de las actividades económicas, a través de empresas descentralizadas principalmente, así como de otros organismos oficiales.

COMO FUENTE DE INFORMACION

El gobierno realiza censos, investigaciones y estudios que constituyen una valiosa información para organizaciones de muy diversos tamaños y tipos, que pueden ser de utilidad, por ejemplo, para la realización de investigaciones de mercado, encuestas de opinión, estudios sobre proyectos de inversión, etc.