



**Nombre de alumno:**

Blanca Edith Sánchez González

**Nombre del profesor:**

C.P Victor Tadeo Cruz Recinos

**Nombre del trabajo:**

Cuadro sinóptico “Organización de la función de relaciones públicas”

**Materia:** Relaciones Públicas

**Grado:** 7º.

**Grupo:** “B”

**ORGANIZACIÓN DE LA FUNCIÓN DE RELACIONES PÚBLICAS**

**LA FUNCIÓN DE RELACIONES PÚBLICAS**

- Gestión de las comunicaciones internas
- Gestión de las comunicaciones externas
- Funciones humanísticas
- Análisis y comprensión de lo opinión pública
- Trabajo con junto con otras disciplinas y áreas

Herramientas para cumplir con sus objetivos y funciones son muchas y diversas:

- La organización de eventos
- Los grupos de presión
- Planes de responsabilidad social
- Relaciones con los medios de comunicación
- Relaciones intangibles: identidad, filosofía, cultura, imagen, reputación

**COORDINACIÓN DE LAS RELACIONES PÚBLICAS CON LAS ACTIVIDADES DE LA ORGANIZACIÓN TURÍSTICA**

Al hablar de un hotel, se habla de sus instalaciones, sus servicios, su gente, su localización y sus beneficios que, en comparación con otros hoteles, proporciona a sus hspedes

Su objetivo es:

Ayudar o apoyar los refuerzos de ventas y de operación de cada uno de los hoteles, si esto es posible, creando a si una imagen de atención cordialidad y servicio al persona

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

**EFICIENCIA ENCENDEDORA DE LA PUBLICIDAD**

Elegir agencia de publicidad, definir a tu consumidor meta, seleccionar los medios en los que anunciarte

Requisitos para determinar si tu acción publicitario ha sido o no eficaz

- Deben ser específicos y medibles
- Debes conocer en que condicines se establece
- Deben tener un público objetivo definido
- Establecerse para un período de tiempo determinado
- Especificarse por escrito para evitar errores
- Objetivos en la función de las ventas
- Objetivos en términos de conducta
- Ojetivos basados en los efectos de la comunicación

**LA FUNCIÓN DE ASESORÍA EN LA ORGANIZACIÓN**

Asesoría externa cosnsiste en proveer de servicios específicos, técnicos y creativos por parte de un grupo califivado

Aspectos que tener en cuenta para la contratación de una consultora externa de comunicación

- Los antecedentes
- Experiencia financiera
- Confidencialidad
- Tipo de facturación al cliente
- Tipos de consultoras externas según los servicios que prestan
- Agencias de RRPP. Agencias de comunicación integral.
- Agencias de comunicación de marketing, agencias de publicidad. Agencias especialidades.

**ORGANIZACIÓN DE LA FUNCIÓN DE RELACIONES PÚBLICAS**

**LA FUNCIÓN DE ASESORÍA EN LA ORGANIZACIÓN**

- Abrir una carpeta al cliente en la que concluimos
- Acordar los objetivos de trabajo
- Preparación del plan
- Elaboración de un presupuesto
- Ejecución de las acciones

**La tarea de un consultor consiste:**

- En contribuir para el diagnóstico de la relación de una organización con sus públicos clave;

**LAS VENTAJAS DE LA CONTRATACIÓN DE UN CONSULTOR EXTERNO EN RELACIONES PÚBLICAS SE RESUMEN EN LOS SIGUIENTES ARGUMENTOS:**

- Involucramiento
- La voz del experto
- Razones económicas
- Experiencia
- Independencia
- Relaciones
- Visión panorámica
- Flexibilidad
- Especialización

**Pros y contras de la contratación de una consultora. Ventajas:**

- Objetividad
- Calificación y experiencia
- Recursos amplios
- Oficinas en todo el país
- Resolución de problemas concretos
- Credibilidad

**Pros y contras de la contratación de una consultora. Desventajas:**

- Valoración superficial de los problemas
- Falta de compromiso a tiempo completo
- Necesidad de un largo periodo de información
- Resentimientos del personal
- Necesidad de una fuerte dirección
- Costes

**Esplazamiento:**

- No es muy usado
- Reduce las relaciones públicas
- Problemas con tesorería porque no se paga hasta que no ha efectuado la colocación
- Nunca está garantizado el emplazamiento

**AL ESTIMAR EL COSTE DE UN PROGRAMA SE DEBE TENER EN CUENTA:**

- El tamaño y la duración
- Los puntos geográficos
- Cantidad de personal asignado al proyecto
- Tipo de cliente
- Correcta facturación de las horas del personal a la tarifa correcta

**Ética:**

- La credibilidad y la reputación de integridad son activos importantes de una empresa de relaciones públicas para mantener y obtener clientes
- A veces renunciará a cuentas por cuestiones éticas
- A veces, debido al comportamiento de un cliente