



**Nombre de alumnos:**

**Cristian Aroldo Bernardo Cardona**

**Nombre del profesor:**

**Victor Tadeo Cruz**

**Nombre del trabajo:**

**Cuadro sinóptico**

**Materia:**

**Relaciones publicas**

**Grado: 7**

**Grupo: B**

frontera comalapa, Chiapas a 6 de Diciembre de 2020.

LA FUNCION DE RELACIONES PUBLICAS

Toda actividad de relaciones pensada en la Comunicación Estratégica basada en Investigación, Planificación, Comunicación y Evaluación (IPCE) y dentro de sus finalidades está la gestión de la identidad corporativa, mediante el desempeño de las siguientes funciones

- 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, ya que no se puede comunicar aquello que se desconoce.
- 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.

COORDINACION DE LAS RELACIONES PUBLICAS CON LAS ACTIVIDADES DE LA ORGANIZACIÓN TURISTICA

La importancia que para la empresa hotelera tienen las relaciones públicas es precisamente, al hablar de un hotel, se habla de sus instalaciones, sus servicios, su gente, su localización y los beneficios que, en comparación con otros hoteles, proporciona a sus huéspedes. Las relaciones públicas no son exclusivamente una nota informativa publicada en un periódico, alabando instalaciones o elogiando la atención recibida; son el resultado positivo de esas instalaciones y esa atención, por lo que para una empresa hotelera las relaciones públicas y el servicio a clientes se unen y complementan.

ORGANIZACIÓN DE LA FUNCION DE RELACIONES PUBLICAS

EFECIENCIA ENCEDEDORA DE LA PUBLICIDAD

La eficacia publicitaria se debe definir en función de los objetos publicitarios:

- 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.
- Objetivos en función de las ventas. Será la medida más adecuada para medir la efectividad de tu campaña siempre y cuando ésta sea de marketing directo, campañas cooperativas o de recordatorio.
- Objetivos en términos de conducta. El efecto positivo de estas campañas publicitarias se mide indagando en los cambios de conducta que han provocado como, El establecimiento de este tipo de objetivos es más usual en campañas de marketing directo.
- Objetivos basados en los efectos de la comunicación. Nos permiten evaluar el conocimiento de la existencia de una marca, el recuerdo de un anuncio, la actitud del consumidor frente a la marca, la intencionalidad de compra.

LA FUNCION DE ASESORIA EN LA ORGANIZACIÓN

Definimos como asesoría externa a la práctica externa de RRPP que 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.

Una consultora externa se supone que tiene que ofrecer los siguientes servicios: Consultoría interna consultoría externa o RRPP dentro de la cual encontramos el clipping (seguimiento de información de la empresa para medios radio y TV y que suele contratarse a empresas específicas y especializadas ya que requiere de mucha gente y medios), seguimiento en prensa, convocatorias y notas de prensa y presentaciones, road shows y congresos. Institucional Realización de revistas y folletos del sector y mantener las relaciones dentro del ámbito de la actividad profesional.