



Nombre de alumno: Carlos Daniel Rodríguez Galindo

Nombre del profesor: Karina Maricruz Pérez

Nombre del trabajo: Ensayo

Materia: Relaciones Públicas

Grado: 7

Grupo: U

PASIÓN POR EDUCAR

Comitán de Domínguez

INTRODUCCIÓN

Todo encuentro humano está enmarcado en una relación, de allí la importancia de las Relaciones Públicas.

En cualquier ámbito de la vida diaria nos enfrentamos a relaciones, prácticas, a tener que desenvolvernos y mostrar quienes somos.

Las RR. PP. Son una función directiva, de carácter continuativo y organizado, por medio de la cual organizaciones e instituciones públicas y privadas se dan a conocer al mercado.

ORGANIZACIÓN DE LA FUNCIÓN DE RELACIONES PÚBLICAS

Todo negocio necesita una buena reputación para tener éxito y prosperar.

Las Relaciones Públicas se tratan de una serie de acciones que va de la mano con las estrategias. Permite interactuar benéficamente entre las organizaciones y sus públicos.

Las personas encargadas de gestionar las relaciones públicas de las empresas son profesionales que planifican y dirigen la creación del material destinado a mantener o a impulsar la imagen pública de la compañía.

Las relaciones públicas resultan indispensables para empresas, sobre todo las grandes que tienen que enfrentarse a público, periodismo etc.

Cada vez es más difícil lograr que los demás se interesen por lo que hacemos. Por ende, los intereses de las relaciones públicas son muy diversos y distintos.

Pero de alguna manera, autores han buscado como resumir y explicar cuáles son las funciones de las relaciones públicas.

GESTION DE LAS COMUNICACIONES

Se mueve en dos tipos, comunicaciones externas e internas, porque, recordemos que la empresa tiene que enfrentarse a varios entornos, tanto en lo externo como la globalización, la competencia, pero también hay un ambiente interno que tratar.

Las relaciones públicas lo entienden perfectamente, y por ello se gesta la comunicación de manera interna y externa.

Gestión de las comunicaciones externas: Es de todo lo que sale de la organización y es consumido por el cliente o por el gran público. Esto se logra a través de la vinculación con otras instituciones.

Gestión de las comunicaciones internas: Refiere al modo en que las partes de la empresa se comunican entre sí.

ANÁLISIS Y COMPRENSIÓN DE LA OPINIÓN PÚBLICA

Sepamos bien que la opinión pública es la tendencia de una sociedad o de un individuo hacia hechos sociales que le reporten interés.

Las relaciones públicas buscan manejar, como dar seguimiento de prensa, consultas estratégicas, manejo de Internet y redes sociales, marketing estratégico, etc.

No hay opinión pública sin seres humanos, por ende hay que aprender a tratar al sector de interés.

FUNCIONES HUMANÍSTICAS

Recordemos que nos ganamos la confianza de los demás cuando les hablamos con verdad, con transparencia, las RR. PP. Eso tratan, de mantener una línea de margen para generar sana convivencia.

Resulta ser un compromiso de la organización con la sociedad o contexto del que forma parte, no sólo como una manera de proyectar una imagen positiva de sus labores y de su visión y misión, sino también como un mecanismo para devolver a la sociedad parte de los recursos que la empresa obtiene de ella.

TRABAJO CONJUNTO CON OTRAS DISCIPLINAS Y ÁREAS

Cuando tenemos tanto contacto con personas es inevitable que no tengamos que entrar en contacto con otras disciplinas.

Todas las relaciones públicas deben tener una base sólida humanista con formación en psicología, sociología y relaciones humanas. Se trabaja con personas y por ende es necesario comprenderlas.

Pero para poder implementar del trabajo de relaciones públicas se necesitan de herramientas, herramientas de las que se valen las relaciones públicas para cumplir con sus objetivos como:

- La organización de eventos: es un proceso donde se planifica y produce congresos, festivales, ceremonias, convenciones u otro tipo.
- El lobbying: Es una herramienta comunicacional cuyo objetivo es generar una participación y una integración eficaz
- Planes de responsabilidad social:
- Relaciones con los medios de comunicación

CONCLUSIÓN

Las relaciones públicas resultan indispensables para empresas, sobre todo las grandes que tienen que enfrentarse a público, periodismo etc.

En la actualidad, las relaciones públicas quedan muchas veces subordinadas al marketing, ya que el funcionamiento de las organizaciones suele plantearse sólo a partir de la lógica comercial.

Ya no basta producir bienes o prestar servicios de calidad. Las empresas necesitan comunicar a sus diferentes públicos, qué son y para qué trabajan, es decir deben dar respuestas a través de las Relaciones Públicas

LINKOGRAFÍA

- Almeida, Acosta Leticia, (1995) Analisis de casos, programa master dirección de empresas, IPADE
- Borhino, Mario, (1994) Administración a través de equipos. IPADE
- Forsyce Jack K., (1976), Metodos de Desarrollo Organizacional para Ejecutivos., Fondo Educativo Interamericano.