miMind

RELACIONES PÚBLICAS EN ORGANIZACIONES TURÍSTICAS

- Empresas turísticas que requieren de relaciones públicas
  - Relaciones públicas
    - Comunicación de ligas mayores
    - Principal función
      - Promoción turística de un país, región o ciudad
    - Impacto
      - Gestionar de forma efectiva la contaminación
        - Marca
        - Imagen
    - Otorgan
      - Credibilidad a la publicidad
    - Tipos
      - De imagen
        - Conocimiento para crear una imagen de modernidad
      - De rutina
        - Confianza en el mercado de origen
      - De crisis
        - Cambiar la percepción de los turistas de un destino
  - Empresas
    - Secretaria de turismo
    - Agencias de turismo
    - Industria hotelera
    - Guías especializadas
    - Líneas aéreas y terrestres
    - Servicios de alimentos y bebidas
    - Compañías de seguro
- Organismos turísticos que requieren de las relaciones públicas
  - Organismo representativo
    - Asociación que agrupa personas, instituciones corporaciones u organizaciones de interés común
    - Propósito
      - Obtener beneficios para sus agremiados
      - Proporciona bienestar social
    - Distinguen los fines comerciales o lucrativos de una empresa y organización
    - Más conocidos
      - Cámaras industriales
      - Organismos
        - Representación sindical
        - Representación empresarial
      - Asociaciones profesionales
  - Acciones representativas
    - Patrocinio y organización
    - Recopilación y difusión
    - Hacer publicidad
    - Elaboración y difusión
    - Realizar actividades
    - Promoción de códigos
    - Interpretación de actividades
    - Elaboración y distribución

RELACIONES PÚBLICAS EN ORGANIZACIONES TURÍSTICAS

- Estructura y financiamiento del departamento en organismos típicos del turismo
  - Función básica
    - Producir de forma competitiva
  - Efectividad máxima de subsistemas
    - Aprovisionamiento
      - Provee factores de producción necesarios
    - Producción entre sí
      - Crear o fabricar el producto
    - Comercial
      - Distribución de los productos obtenidos
    - Administrativo
      - Engloba las tareas de dicha índole
    - Financieros
      - Mantener el equilibrio financiero
- Medios publicitarios
  - Lugares donde la publicidad hace uso para colocar anuncios
  - Utilizados como estrategia de marketing
    - Publicidad
      - Periódicos
        - Se complica conforme a fechas específicas
      - Revistas
        - Evolución de los periódicos
      - Televisión
        - Gasta la mayor cantidad de recursos en publicidad
      - Radio
        - Se encuentra en descenso
      - Internet
        - Nuevo medio de publicidad
        - Tiene una gran relevancia
      - Exterior
        - Aparece en lugares públicos
      - Below the line
        - Fabrica una idea nueva
      - Contenido
        - Emocionales
        - Comparativa
        - Transformativa
      - Anunciante
        - Empresas privadas
        - Iniciativa privada
        - Administración pública
      - Localización
        - Local
        - Regional
        - Nacional
        - Internacional

Universidad del Sureste

LAN 7o. "A"

Prof. Karina Maricruz Pérez

"Relaciones públicas"

Cuadro sinóptico

Leslie Yazmín Moreno Alvarado

Comitán; Chiapas al 14 de Octubre del 2020