



RELACIONES PUBLICAS.

7mo. CUATRIMESTRE. ADMINISTRACION Y ESTRATEGIA DE NEGOCIOS.

MAESTRA: KARINA MARICRUZ PEREZ.

ALUMNA: VANESSA GUADALUPE SÁNCHEZ PIMENTEL.

RELACIONES PÚBLICAS Y PUBLICIDAD.

Antecedentes históricos.

Las relaciones públicas aportan a las organizaciones la capacidad de participar en la dinámica social ya sea informando sobre lo que hacen o percibiendo lo que la sociedad demanda de ellas.

Existen algunos objetivos principales que son:

- Promover el conocimiento y la profesionalización de las relaciones públicas en México.
- Abrir nuevos mercados para las relaciones públicas en el país.
- Facilitar el intercambio de experiencias profesionales.
- Asegurar la ética profesional de los asociados.

Funciones de la publicidad y las relaciones públicas.

La publicidad es una herramienta esencial del marketing, ya que intenta incrementar las ventas y estimular la demanda.

Sus principales funciones son:

- Función informativa.
- Función persuasiva.
- Función económica.

PASIÓN POR EDUCACIÓN

Beneficios objetivos y tareas específicas internas y externas.

Las empresas suelen contratar los servicios de las agencias de Relaciones Públicas con el objetivo de alcanzar una mayor cobertura de mercado.

Relaciones Públicas

Estas son algunas actividades que las podemos clasificar en:

- Análisis de la imagen organizacional en los medios de difusión.
- Campañas de imagen corporativa.
- Comunicación y promoción.
- Estrategias y programas de manejo de la comunicación en situaciones de crisis.
- Entrenamiento en relaciones con medios de difusión.

Funciones del director y asesor de relaciones públicas.

Los Gerentes de Relaciones Públicas planifican, organizan, dirigen, controlan y evalúan actividades de su especialidad en negocios comerciales, industriales y electrónicos.

Funciones de un Gerente de Relaciones Publicas

- Dirigir y evaluar los departamentos de la empresa.
- Desarrollar y mantener la imagen.
- Observar tendencias sociales, económicas y políticas.

Directivos y empleados: vehículos de relaciones públicas.

La comunicación con los empleados es elemental, esto les permite estar bien informados acerca de sus instituciones y a la vez fomentará que les digan a los directivos lo que piensan.

Las instituciones enfrentan muchos retos y tienen que ser muy cautelosas en la conservación de buenos empleados, así como también en la contratación de nuevo personal.

Aquí sabremos cómo distinguir el Primer Sorteo con el Segundo Sorteo ya que es importante.

La dirección y las relaciones públicas.

Los directores de 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.

Funciones

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

Influencia sobre la organización

Las relaciones públicas vienen a representar la herramienta administrativa y/o disciplina que, mediante una gestión estratégica, logra diferenciar a la organización de sus competidoras.

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.

Influencia sobre la dirección de ventas y los clientes.

En la gerencia de ventas encontramos un principio esencial a la hora de prestar un excelente servicio, es que los miembros de la organización sean conscientes que el jefe más importante no es quien están por encima en el organigrama.

Aquí no es más importante quien más gente mande; sino quien más clientes internos y externos tenga, pues la gestión obtiene mayor valor, entre mejor servicio se preste.

Relaciones con el gobierno actitud, valoración de situaciones, ayuda estatal.

Aquí más que nada conoceremos las diferencias que tiene cada tipo de Gobierno.

- EL GOBIERNO COMO FUENTE DE CRÉDITO
- EL GOBIERNO COMO COORDINADOR
- EL GOBIERNO COMO COMPETIDOR
- EL GOBIERNO COMO FUENTE DE INFORMACIÓN

Relaciones públicas con otros organismos, periódico, radios, con instituciones no educativas, organizaciones no lucrativas, con grupos influyentes.

Aquí conoceremos los tipos de Relaciones más importantes de las Relaciones con el periódico y las Relaciones con la prensa.