



Nombre de alumnos: Tannia Ventura Arizmendi

Nombre del profesor: Karina Maricruz Pérez
Guillén

Nombre del trabajo: Ensayo

Materia: Relaciones Públicas

Grado: 7mo. cuatrimestre

Grupo: Único

Funciones del director y asesor de relaciones públicas

Para comenzar mi trabajo es importante tener en claro la definición de relaciones públicas, es la práctica de las relaciones públicas es el arte y la ciencia de conseguir la armonía con el entorno por medio de la comprensión mutua, basada en la verdad y en una información completa.

Así mismo los gerentes en esta área son indispensables en el área gubernamental como en agencias de Publicidad, Mercadeo y Relaciones Públicas o para consultoras, ya que desempeñan una gran labor como planificar, organizar, dirigir, controlar y evaluar actividades de su especialidad ya son una pieza fundamental para diferentes organismos, por lo que también conllevan una gran responsabilidad a desempeñar, es por ello que a continuación nos enfocaremos en sus distintos factores, como lo son las funciones más comunes de un Gerente de Relaciones Públicas:

Dirigir y evaluar los departamentos de la empresa que desarrollen e implementen estrategias de comunicación y programas de información, ya que de esta manera la coordinación y organización es mucho mejor por lo que entre mejor comunicación exista, mayor confianza y fluidez existe en el área laboral.

El siguiente punto es el de desarrollar y mantener la imagen e identidad corporativa del cliente, lo cual comprende el uso de logos y anuncios, en este factor se hace referencia a la publicidad que se le brinda al cliente o al espectador, ya que esta debe ser clara y precisa, informando a cerca de lo más importante y convincente de la organización.

Como tercer punto es el observar tendencias sociales, económicas y políticas que puedan afectar a la organización o a los clientes y recomendar maneras de mejorar su imagen en base a ellas, es muy importante analizar nuestro entorno ya que este es muy cambiante por lo cual, la innovación ha sido muy constante para adaptarse a las nuevas necesidades y gustos del consumidor, así mismo también adaptarse a las políticas actualizadas y al presupuesto económico, ya que todo va muy relacionado.

Las labores que estos implementan en su día a día son como decidir cuál comunicado será enviado a los medios de comunicación, identificar grupos y audiencias relevantes para



determinar la mejor forma de poder llegar a ellos y llamar su atención, ya que sin consumidores no existe ingresos.

La película los Idus de marzo es una trama muy similar y relacionada a todo este mundo de relaciones públicas ya que se trata de como un joven llega a ser jefe de prensa de un prometedor de un partido demócrata, en el cual el analiza, examina, y observa hasta donde se es capaz de llegar con tal de llegar al éxito, ya que representa la hipocresía que existe en cualquier figura política y como bien sabemos hacer uso de la corrupción.

La labor de un gerente en esta especialidad es muy estricta y admirable ya que como he investigado un poco para enriquecer más este trabajo que es lo que se necesita para lograr serlo, por lo que según en la “revista neuvo” se menciona que los cargos gerenciales requieren que los aspirantes tengan un título universitario en Relaciones Públicas, Comunicación, Mercadeo, Publicidad o Periodismo; sin embargo, algunas empresas prefieren que la persona a asumir el cargo tenga, además, una maestría en la materia o en áreas afines, es por ello que es una profesión muy admirable y de mucha dedicación.

Así mismo cabe destacar que son una herramienta indispensable para desarrollar y mantener la Identidad, para así generar y consolidar en las audiencias una imagen corporativa, y ser parte de considerar que toda organización genera un conjunto complejo de elementos significativos, como mensajes de su identidad, los cuales son percibidos por el receptor.

Para concluir con mi trabajo recalco una vez más la importancia de las relaciones públicas, y el cargo que desempeñan los gerentes, ya que las relaciones públicas constituyen un proceso planificado, dinámico y continuo cuyas características más resaltantes son: su estructuración, fundamento en valores de respeto, diálogo y la comprensión; que con base a la información proporcionada por la investigación y el sistema de información mercadotécnico, evalúan la actitud y la opinión del público, los planes y programas desarrollados y el logro de los objetivos planteados.

Todo esto con el fin de cumplir con su principal función: edificar el prestigio; promocionar la organización, sus productos, marcas y generar simpatía y buena voluntad para que la imagen se posicione en los lugares altos en la mente de los públicos relevantes.



BIBLIOGRAFÍA

Antología UDS, Relaciones públicas, Socoltenango Chiapas, recuperado
17/09/2020. Obtenido por:
<https://plataformaeducativauds.com.mx/viewForold.php?idToks=5ea46541c61da&id=159563986116987>