

RELACIONES PÚBLICAS Y PUBLICIDAD

Antecedentes históricos

se remonta a los comienzos de la civilización

En México precolombino los aztecas se percataron de la importancia de escuchar la opinión de los demás y del cuidado de una buena imagen,

en el tiempo de Emiliano Zapata, fue un líder que se percató de la importancia de influir en la opinión pública para ganarse la aceptación popular y el apoyo de su causa. Hoy en día tiene diferentes aplicaciones

Directivos y empleados

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

Primer sondeo
Esta primera investigación de la situación tiene como fin obtener una idea general o panorámica de las opiniones tanto buenas como malas del personal con respecto a la organización

Segundo sondeo
En caso de que resulte necesario realizar una segunda encuesta de opinión extensiva, se deberá empezar por definir claramente los objetivos de la misma para, en seguida, diseñar la muestra, y el cuestionario en que se basen las entrevistas

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

Influencia sobre la organización

trabajan con diversos intangibles como son:
Establecer una diferenciación.
Adecuar los mensajes a las distintas audiencias. Educar al usuario de los servicios.
Crear tendencias de opinión.
Posicionar las empresas, proyectos y productos.
Construir credibilidad

EL GOBIERNO COMO FUENTE DE CRÉDITO
Las relaciones con el gobierno considerado como fuente de crédito cobraron mayor importancia a partir del primero de septiembre de 1982

EL GOBIERNO COMO COORDINADOR
Los tres aspectos del gobierno mencionados hasta ahora convierten a éste en un coordinador de la economía y actividades nacionales

Funciones de la publicidad

1.- **Función informativa.** Sabemos que su fin es dar a conocer un producto y para ello recurre no sólo a la imagen, sino también al texto y/o la palabra.
2.- **Función persuasiva.** No sólo necesita dar a conocer, informar, necesita persuadir, convencer, para lo que le resultan válidos todo tipo de argumentos
3.- **Función económica.** Como empresa necesita obtener beneficio, necesita ser rentable,

a.- **Función financiadora:** es la publicidad uno de los principales medios de financiación para todos los medios de comunicación b-
Función sustitutiva. La publicidad no presenta sino una representación manipulada de la realidad

Beneficios objetivos

Consolidación y proyección de la imagen de la organización
– Generar opinión pública
– Comunicación de doble vía con los sectores involucrados
– Publicidad institucional de la empresa
– Afianzamiento del factor humano
– Servir de apoyo al área de comercialización

– Realización de campañas destinadas a promover y hacer conocer aspectos determinados de la empresa
– Difusión a nivel de prensa
– Ceremonial y protocolo
– Atraer buen personal y reducir el riesgo de los trabajadores
– Prevenir conflictos y malas interpretaciones
– Fomento del respeto mutuo y la responsabilidad social

UNIVERSIDAD DEL SURESTE

RELACIONES PUBLICAS

KARINA MARICRUZ
PEREZ GUILLEN

Mapa conceptual

CARLOS MANUEL AGUILAR HIDALGO