



UNIVERSIDAD DEL SURESTE

RELACIONES PUBLICAS

ENSAYO UNIDAD IV

**ORGANIZACIÓN DE LA FUNCIÓN DE
RELACIONES PÚBLICAS**

**ALUMNO: GALINDO ALFARO JONATHAN
ROBELSI**

DOCENTE: KARINA MARICRUZ PEREZ

4 DE DICIEMBRE DEL 2020, COMITÁN DE DOMÍNGUES, CHIAPAS.

ORGANIZACIÓN DE LA FUNCIÓN DE RELACIONES PÚBLICAS

Toda actividad de relaciones pensada en la Comunicación Estratégica basada en Investigación, Planificación, Comunicación y Evaluación (IPCE) y dentro de sus finalidades está la gestión de la identidad corporativa, mediante el desempeño de estas funciones:

- Gestión de las comunicaciones internas: es de suma importancia conocer a los recursos humanos de la institución y que éstos a su vez conozcan las políticas institucionales.
- Gestión de las comunicaciones externas: toda institución debe darse a conocer a sí misma y a su accionariado. Esto se logra a través de la vinculación con otras instituciones, tanto industriales como financieras, gubernamentales y medios de comunicación.
- Funciones humanísticas: resulta fundamental que la información que se transmita sea siempre veraz, ya que la confianza del público es la que permite el crecimiento institucional.
- Análisis y comprensión de la opinión pública: Edward Bernays, considerado el padre de las relaciones públicas, afirmaba que es necesario persuadir (no manipular) a la opinión pública para ordenar el caos en que está inmersa.
- Trabajo conjunto con otras disciplinas y áreas: el trabajo de toda relación pública debe tener una sólida base humanista con formación en psicología, sociología y relaciones humanas. Se trabaja con personas y por ende es necesario comprenderlas.

Las herramientas de las que se valen las relaciones públicas para cumplir con sus objetivos y funciones son muchas y diversas:

- La organización de eventos.
- Los grupos de presión.
- Planes de responsabilidad social.

Relaciones con los medios de comunicación.

Diarios: permite a la organización acceder al público general.

Revistas: permite acceder a públicos más y mejor segmentados.

Radio: permite transmitir información instantáneamente las 24 horas del día.

Televisión: otorga gran notoriedad a la institución.

Internet: se puede trabajar sobre el sitio web institucional o con la versión en línea de diversos medios.

Se llaman relaciones públicas negativas o BPR (siglas del inglés black public relations) al proceso de destrucción de la reputación basado en desprestigiar a la contraparte (una empresa, organización, político, etc.). Para realizar este tipo de campañas puede ser crucial el acceso a información sensible reservada.

Como empresario son muchos los aspectos a tener en cuenta antes de tomar la difícil decisión de realizar o no, una campaña publicitaria. Elegir agencia de publicidad, definir a tu consumidor meta, seleccionar los medios en los que anunciarte y, lo más complicado de todo, decidir qué parte de tu cuenta de beneficios se va a destinar a la acción publicitaria.

Definimos como asesoría externa a la práctica externa de RRPP que consiste en proveer de servicios específicos, técnicos y creativos por parte de un grupo cualificado en función de su experiencia y formación a otra empresa ajena a ella. El cliente (para una asesoría externa) es la

organización, individuo p grupo de individuos que contrata los servicios profesionales de una asesoría externa de RRPP para el logro de un programa acordado con fines de asesoramiento continuado o para una actividad concreta durante un período específico de tiempo.