



Universidad del Sureste.
Administración y Estrategias de Negocios.
7mo Cuatrimestre.
Materia: relaciones publicas
Profesor: Karina Maricruz perez
Alumno: Sergio lucatero
Comitan de Dominguez, Chiapas.
15/10/2020

RELACIONES PÚBLICAS EN ORGANIZACIONES TURÍSTICAS

Empresas turísticas que requieren de departamento de relaciones públicas.

construyen y mantienen imágenes con credibilidad ya que es su función primordial de las Relaciones Públicas de forma efectiva la comunicación de la marca y la imagen de un destino turístico.

LA IMPORTANCIA DE LAS RELACIONES PÚBLICAS EN LA INDUSTRIA HOTELERA

La importancia es dar a conocer, hablar de una empresa, se habla de sus instalaciones, sus servicios, su gente, su localización y los beneficios que, en comparación con otros hoteles proporciona a sus huéspedes.
Las relaciones públicas y el servicio a clientes se unen y complementan.

Organismos turísticos que requieren del departamento de relaciones públicas.

es una asociación que agrupa personas, instituciones, corporaciones u organizaciones que tienen intereses comunes, cuyo propósito fundamental es obtener beneficios para sus agremiados, así como propiciar el bienestar social. Entre los organismos representativos más conocidos destacan las cámaras industriales, los organismos de representación sindical y empresarial, y las asociaciones profesionales.

acciones más representativas de las cámaras y asociaciones

1. Patrocinio y organización de reuniones, eventos, convenciones, seminarios de capacitación y especialización.
2. Recopilación, publicación y difusión de las estadísticas correspondientes a su especialidad.
3. Interpretación de actividades legislativas y administrativas del sector oficial en relación con los intereses de los socios. Esto incluye, el manejo de las relaciones oficiales del grupo ante el gobierno.
4. Elaboración y difusión de materiales noticiosos e informativos para los medios masivos de comunicación.
5. Realizar actividades de servicio social para la comunidad.
6. Promoción de códigos de ética y normas aplicables a los sectores de su competencia.
7. Recopilación y difusión de leyes y disposiciones que afectan, real o potencialmente, a los socios.
8. Hacer publicidad institucional y promoción a favor de un determinado sector institucional, profesional o comercial
9. Elaboración y distribución de publicaciones especializadas, películas y presentaciones audiovisuales.

Estructura y funcionamiento del departamento en organismos típicos del turismo

Ayuda producir de forma competitiva al igual con el mejoramiento del segmento de mercado en que ofrece su producto, cumpliendo con los estándares de calidad marcados por la institución.

LA ORGANIZACIÓN COMO FUNCIÓN ADMINISTRATIVA COMPRENDE

- ☒ La identificación y clasificación de la tareas a realizar en la empresa;
- ☒ el agrupamiento de éstas;
- ☒ la asignación de un administrador a cada agrupamiento con la suficiente autoridad para supervisarlos, y
- ☒ las medidas para coordinar el grupo.

Medios publicitarios (clases, plan, compra, programa, solución).

son todos aquellos lugares de los cuales la publicidad puede hacer uso para colocar anuncios, estos han estado evolucionando con el tiempo, principalmente con el acceso a las tecnologías de la información, uno de los medios publicitarios más antiguos es el periódico que actualmente sigue siendo utilizado pero ha estado perdiendo su relevancia frente a otros mercados como el internet.