



**UNIVERSIDAD DEL SURESTE.  
ADMINISTRACIÓN Y ESTRATEGIAS DE NEGOCIOS.  
RELACIONES PUBLICAS.  
KARINA MARICRUZ PEREZ.  
ALEJANDRO LÓPEZ MARTÍNEZ.**

**24 de septiembre de 2020**

# RELACIONES PÚBLICAS Y PUBLICIDAD

Directivos y empleados: vehículos de relaciones públicas.

Cuando una institución tiene buena comunicación con sus empleados el rendimiento se ve reflejado porque se sienten satisfechos y motivados.

La dirección y las 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, por lo que a menudo son responsables de investigación sobre la opinión pública y las tendencias del mercado, supervisión de noticias y tienen que mantenerse dentro de su presupuesto.

Influencia sobre la organización.

mediante una gestión estratégica, logra diferenciar a la organización de sus competidoras.

Influencia sobre la dirección de ventas y los clientes.

Se refiere a que el jefe mas importante y fundamental no es el que esta con el mayor rango, si no son los consumidores ya que gracias a sus necesidades una empresa sobrevive.

Relaciones cliente-proveedor

- El único capacitado para definir lo que es calidad es el cliente (Interno – Externo).
- Nos interesa la calidad percibida y el sentimiento de valor.
- Para satisfacer al cliente hay que conocer sus expectativas y retroalimentarnos de sus percepciones.
- Todo en la empresa es producto.
- El cliente está dispuesto a pagar el valor de la calidad, siempre y cuando perciba y reciba el valor agregado (servicio).
- En cada contacto con la empresa el cliente incrementa o disminuye su percepción de calidad

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

- EL GOBIERNO COMO FUENTE DE CRÉDITO: El estado se convirtió en la principal fuente de financiamiento para un mayor número de organizaciones.
- EL GOBIERNO COMO COORDINADOR: coordinador de la economía y actividades nacionales, función que realiza con el fin de lograr un desarrollo armónico y equilibrado del país.
- EL GOBIERNO COMO COMPETIDOR: compete con la iniciativa privada en muy diversas ramas de las actividades económicas, a través de empresas descentralizadas principalmente, así como de otros organismos oficiales.
- EL GOBIERNO COMO FUENTE DE INFORMACIÓN: el gobierno realiza censos, investigaciones y estudios que constituyen una valiosa información para organizaciones de muy diversos tamaños y tipos, que pueden ser de utilidad.

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

RELACIONES CON EL PERIÓDICO

- Consultoras de Prensa: las empresas pueden obtener asesoría para dirigirse al público indicado
- La Importancia de la Comunicación: las relaciones con la comunidad, la administración, los grupos de presión los líderes de opinión y la prensa.