



PASIÓN POR EDUCAR

**Nombre de la alumna: Angélica Figueroa
García**

Nombre del profesor: Karina Maricruz Pérez

Nombre del trabajo: Ensayo

Materia: Relaciones públicas

Grado: 7mo Cuatrimestre

Grupo: Único

PASIÓN POR EDUCAR

Comitán de Domínguez Chiapas a 04 de diciembre del 2020.

Organización de la función de las relaciones publicas

Introducción: A lo largo del cuatrimestre hemos aprendido acerca de lo que son las relaciones públicas y la importancia que estas tienen para una empresa ya que con ellas generamos un vínculo entre empresa y consumidor, logrando una imagen positiva y produciendo una buena promoción de ésta, y no solo se queda ahí sino que refleja un clima favorable para las ventas que al final de cuenta es uno de nuestros objetivos principales, lograr cada vez mayores ganancias y que nuestros clientes nos recomienden.

Desarrollo: Las relaciones públicas en realidad son de mucha utilidad pero así mismo los intereses son muy diversos y distintos, así que a grandes rasgos podemos resumirlos de la siguiente manera:

- **Gestionar la identidad corporativa u organizacional.** Esto significa que las RRPP se ocupan de que los distintos departamentos de la empresa manejen un mismo idioma y proyecten de cara al público una imagen unificada de la misma. Lo cual implica:
- **Gestión de las comunicaciones externas.** O sea, de todo lo que sale de la organización y es consumido por el cliente o por el gran público.
- **Gestión de las comunicaciones internas.** Es decir, del modo en que las partes de la empresa se comunican entre sí.
- **Manejo de la opinión pública.** Como seguimiento de prensa, consultas estratégicas, manejo de Internet y redes sociales, marketing estratégico, etc.
- **Responsabilidad social empresarial.** Se conoce así al compromiso de la organización con la comunidad de la que forma parte, no sólo como una manera de proyectar una imagen positiva de sus labores y de su visión y misión, sino también como un mecanismo para devolver a la sociedad parte de los recursos que la empresa obtiene de ella.
- **Organización de eventos.** A menudo las RRPP concretan sus objetivos mediante la producción y organización de diversos tipos de eventos, ferias, invitaciones, celebraciones, etc.

Además de esto es necesario también saber que existen relaciones públicas negativas y estas son el proceso de destrucción de la reputación basado en desprestigiar a la contraparte, ya que en este mundo sabemos que existe mucha maldad, sobre todo ahora en

la actualidad y estas consisten en hablar mal de los servicios o de la empresa en general que por lo regular es la competencia para que las ventas bajen.

Una de las áreas más importantes de las relaciones públicas son las instituciones hoteleras debido a la difusión de sus instalaciones sus servicios, su gente, su localización y los beneficios que, en comparación con otros hoteles, proporciona a sus huéspedes, son el resultado positivo de esas instalaciones y esa atención, por lo que para una empresa hotelera las relaciones públicas y el servicio a clientes se unen y complementan, también es necesario que la empresa puede cuente con los servicios de asesores en relaciones públicas para que, a nivel nacional, proporcionen apoyo a cada uno de los hoteles según sus diferentes necesidades.

Por su puesto que las relaciones públicas deben y hacen uso de la publicidad debido a que tiene un alto grado de eficiencia, previo a usarla es un proceso largo que se atraviesa que comienza desde 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 pero al fin de cuentas vale mucho la pena y para saber si realmente ha sido efectivo deben de cumplir con las siguientes aspectos:

- Deben ser específicos y medibles.
- Debes conocer en qué condiciones de partida se establecen para evitar fijar objetivos que ya se han alcanzado.
- Deben tener un público objetivo perfectamente definido.
- Han de establecerse para un período de tiempo determinado.
- Deben especificarse por escrito para evitar errores y facilitar la elaboración y evaluación de la campaña publicitaria.

Después de todo este proceso también es necesario contar con una asesoría externa a la práctica 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, para el cliente es la organización, individuo o grupo de individuos que contrata los servicios profesionales de una asesoría externa. Por último La contratación de un consultor externo en relaciones públicas puede sustituir o complementar el trabajo de un departamento interno de esta especialidad.

Conclusión: Las relaciones publicas son de gran utilidad y nos brindaran muchos beneficios a nuestra empresa y es por ello que debemos aprender que son, cómo funcionan y de más

para poder aplicarlas y llevarlas como debemos hacerlo, además en la actualidad es necesario implementar todas las nuevas herramientas que nos ofrecen estas para continuar avanzando e innovando logrando así que nuestra empresa valla mejorando día con día y así cumplir todas las metas planteadas.

Bibliografía básica y complementaria:

ANTOLOGÍA UDS “RELACIONES PUBLICAS”

- Almeida, Acosta Leticia, (1995) Análisis de casos, programa master dirección de empresas, IPADE
- Borhino, Mario, (1994) Administración a través de equipos. IPADE
- Forsyce Jack K., (1976), Metodos de Desarrollo Organizacional para Ejecutivos., Fondo Educativo Interamericano.