



ADMINISTRACION Y ESTRATEGIA DE NEGOCIOS

ALUMNO: RAUL DE JESUS SANCHEZ ESCOBAR

PROFESORA: KARINA MARICRUZ PEREZ

MATERIA: RELACIONES PUBLICAS

ENSAYO

COMITAN DE DOMINGUEZ CHIAPAS

INTRODUCCION

Este trabajo, será para concluir lo que se ha visto de la materia, es para pasmar, todo lo aprendido, las cosas importantes, ya que esta materia, la cual es relaciones públicas, nos compleja mucho en nuestra carrera, además propone muchas ideas para el ámbito laboral. A continuación, hablaremos de cuatro temas, que son importante, para tomar en cuenta en nuestro resumen, y en fin debemos resumir la importancia de las relaciones publicas, y como nos puede ayudar en la empresa, también saber cuáles son las ventajas y las desventajas, todo con el fin de hacer entendible la materia.

Para hablar de las relaciones publicas abarcan muchos temas, teorías y cosas más, para ser un experto de esta materia, hay que involucrar varios temas, ya que cada tema es una herramienta, que nos servirá, como una mejora para la empresa el primer tema que abarcaremos según la antología es la función o funciones de las relaciones publicas, esta es muy importante, porque las relaciones publicas juegan un papel importante en una empresa, el papel que juega es el marketing, además es la relación entre consumidor y empresa, Las relaciones públicas son una función directiva característica que ayuda a establecer y mantener líneas de comunicación mutuas, entendimiento, aceptación y cooperación entre una organización y sus públicos; implica la gestión de problemas o temas, ayuda a los directivos a mantenerse informados y sensibles hacia la opinión pública, Toda actividad de relaciones pensada en la Comunicación Estratégica basada en Investigación, Planificación, Comunicación y Evaluación y dentro de sus finalidades está la gestión de la identidad corporativa, mediante el desempeño de las siguientes 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, ya que no se puede comunicar aquello que se desconoce. 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, 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. Es esencial comprender a la opinión pública para poder luego actuar sobre ella. Trabajo conjunto con otras disciplinas y áreas: el trabajo de todas relaciones públicas debe tener una sólida base humanista con formación en psicología, sociología y relaciones humanas. Se trabaja con personas y por ende es necesario comprenderlas.

Otro tema que se trata tiene que ver con el turismo y la relación pública, el tema es Coordinación de las relaciones públicas con las actividades de la organización turística. , el objetivo de la función de las relaciones públicas es ayudar o apoyar los esfuerzos de ventas y de operación de cada uno de los hoteles, haciendo notar a los huéspedes los servicios e instalaciones con que cuenta el hotel y atendiendo personalmente a cada uno, si esto es posible, creando así una imagen de atención, cordialidad y servicio personal, Para que la función de las relaciones públicas cumpla con el objetivo descrito, debe existir total coordinación y cooperación entre diferentes departamentos del hotel directamente relacionados con la comodidad, estancia, y actividades de los huéspedes, así como con las actividades cívicas y sociales de los residentes de cada una de las ciudades donde actúa la empresa. El tercer tema es eficiencia encendedora de la publicidad y este nos dice que es el instrumento habitualmente utilizado para medir los resultados de una campaña publicitaria o anuncio. La eficacia publicitaria se debe definir en función de los objetos publicitarios. Por lo tanto, una acción publicitaria será eficaz siempre y cuando cumpla los objetivos para los que fue ideada. El último tema para definir es la función de asesoría en la organización. 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.

CONCLUSION

En fin, este trabajo tendrá muchas finalidades, una de ellas será como apoyo para reforzar lo aprendido, estos cuatro temas que vimos, hace un complemento de las cuatro unidades, cada una tiene la finalidad de entrelazar consumidor y empresa.