

Alumna: Tannia Ventura Arizmendi

Docente: Karina Maricruz Pérez Guillén

VII Cuatrimestre.

UNIDAD 2

Cuadro sinóptico

Lic. Administración y estrategia de negocios.

Fecha de entrega: 16/10/20



RELACIONES PÚBLICAS EN ORGANIZACIONES TURÍSTICAS

Empresas turísticas que requieren de departamento de relaciones públicas.

- Impacto
 - Gestionar de forma efectiva la comunicación de la marca y la imagen de un destino en conjunto con su oferta turística.
- Ejemplos
 - agencias de turismo
 - industria hotelera
 - guías especializadas
 - líneas aéreas

Importancia de las relaciones públicas en la industria hotelera

- Apoya los esfuerzos de ventas y de operación de los hoteles, haciendo notar a los huéspedes los servicios e instalaciones con que cuenta el hotel y atendiendo personalmente a cada uno.
- Logrando
 - Imagen de atención
 - Cordialidad
 - Atención personal

Organismos turísticos que requieren del departamento de relaciones públicas.

- Organismo representativo
 - Es una asociación que agrupa personas, instituciones, corporaciones u organizaciones que tienen intereses comunes.
- Ejemplos
 - Cámaras industriales.
 - Organismos de representación sindical y empresarial.
 - Asociaciones profesionales

Estructura y funcionamiento del departamento en organismos típicos del turismo

- empresa
 - conjunto de medios, que debidamente dirigidos y coordinados, tiene como función principal producir bienes y servicios
 - Función básica
 - PRODUCIR DE FORMA COMPETITIVA
- La organización
 - Comprende
 - La identificación y clasificación de la tareas a realizar
 - La asignación de un administrador a cada agrupamiento
 - Las medidas para coordinar el grupo.

- Medios publicitarios
 - 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
 - Medios publicitarios utilizados
 - Periódicos
 - Revistas
 - Televisión
 - Radio
 - Internet
 - Publicidad exterior
 - Publicidad BELOW THE LINE

Pasos esenciales para elaborar un buen plan de medios

- Define tus objetivos
 - Investigación a fondo y asegurarte de que todo el equipo está de acuerdo en lo básico
- Análisis del target
 - trata de impactar con su mensaje a un determinado público objetivo
- Estrategia
 - Definir qué se debe comunicar y cómo comunicarlo.
- Medios
 - medios offline y online
- Canales.
 - Prensa, radio, TV, Cine, on-line, revistas...
- Define los formatos
 - El que mejor se adapten a tus objetivos y presupuesto
- Asigna un presupuesto
 - Fija un presupuesto y una cantidad para cada medio de comunicación
- Diseña un calendario/ timing
 - Analizar y tener en consideración el periodo de tiempo de duración
- Análisis del plan
 - Saber si los esfuerzos han dado sus frutos.



BIBLIOGRAFÍA

Antología UDS, Relaciones públicas 15/10/2020, Socoltenango, Chiapas. Obtenido por:
<https://plataformaeducativauds.com.mx/miAsignatura.php?Id=5ea4661b3a1e1&T=A>