



Universidad Del Sureste

Lic. Administración y estrategias de negocio

Relaciones públicas

Alumno: Jonathan Galindo Alfaro

“Unidad I”

Docente: Karina Maricruz Pérez

10 de Septiembre del 2020 Comitán de Domínguez, Chiapas.

RELACIONES PÚBLICAS Y PUBLICIDAD

Antecedentes históricos.

las relaciones públicas aportan a las organizaciones la capacidad de participar en la dinámica social ya sea informando sobre lo que hacen o percibiendo lo que la sociedad demanda de ellas

principales objetivos

- Promover el conocimiento y la profesionalización de las relaciones públicas en México.
- Abrir nuevos mercados para las relaciones públicas en el país.
- Facilitar el intercambio de experiencias profesionales.
- Asegurar la ética profesional de los asociados.

Funciones de la publicidad y las relaciones públicas.

intenta incrementar las ventas y estimular la demanda

funciones

Función informativa: dar a conocer el producto

Función persuasiva. Necesita persuadir y saber convencer

Función económica. Siendo rentables creando nuevas necesidades

Beneficios objetivos y tareas específicas internas y externas

deben basarse en acciones programadas y consistentes para lograr persuadir y motivar a nuestro mercado objetivo para que adquiera nuestros productos y/o servicios

objetivos

- Consolidación y proyección de la imagen de la organización
 - Generar opinión pública
 - Comunicación de doble vía con los sectores involucrados
 - Publicidad institucional de la empresa

Funciones del director y asesor de relaciones públicas.

Los Gerentes de Relaciones Públicas planifican, organizan, dirigen, controlan y evalúan actividades de su especialidad en negocios comerciales, industriales y electrónicos, pueden trabajar para entidades gubernamentales, agencias de Publicidad,

funciones

- ☑ Dirigir y evaluar los departamentos de la empresa que desarrollen e implementen estrategias de comunicación y programas de información.
- ☑ Desarrollar y mantener la imagen e identidad corporativa del cliente, lo cual comprende el uso de logos y anuncios.
- ☑ Observar tendencias sociales, económicas y políticas que puedan afectar a la organización o a los clientes y recomendar maneras de mejorar su imagen en base a ellas.
- ☑ Trabajar en conjunto con los Gerentes de Mercadeo y Publicidad para garantizar que las campañas estén alineadas con la imagen que la empresa o el cliente quieren proyectar.

Directivos y empleados: vehículos de relaciones públicas.

Cuando las instituciones tienen buena comunicación con los empleados los resultados se ven reflejados. Los empleados se sienten satisfechos, motivados y más productivos, esto es positivo para la institución.

Primer sondeo

obtener una idea general o panorámica de las opiniones tanto buenas como malas del personal con respecto a la organización

Segundo sondeo

segunda encuesta de opinión extensiva, se deberá empezar por definir claramente los objetivos de la misma para, en seguida, diseñar la muestra, y el cuestionario en que se basen las entrevistas

