

UNIVERSIDAD DEL SURESTE

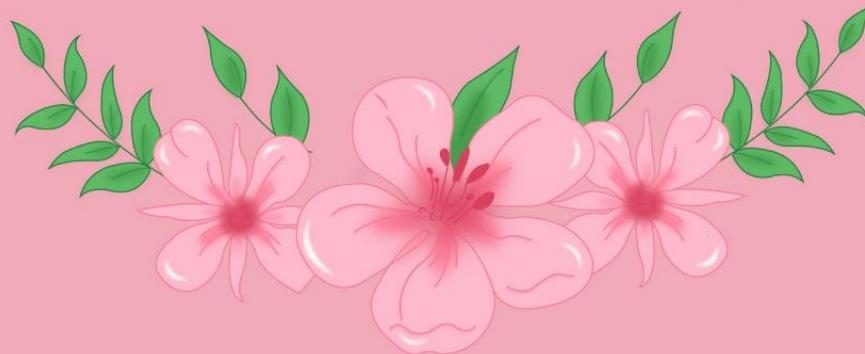
Gabriela Nájera Bravo

7mo

Diseño Gráfico

Relaciones Públicas

Prof. Karina Maricruz Pérez



Relaciones públicas en Organizaciones Turísticas

Empresas turísticas

Las relaciones publicas van de la mano con la publicidad, aquí se encargan de brindar el mejor servicio, mayor alcance y brindar la mejor experiencia a su público meta, a través de estos factores el público dirá si los servicios, trato, instalación de la empresa turística es bueno o malo.

- Imagen: Influye en el conocimiento.
- Rutina: Ser constante en los medios de Comunicación.
- Crisis: Cambia la percepción del turista en su destino.

Industria hotelera

Las instalaciones, trato, servicio, beneficios, localización son pequeños factores sumamente importante para una compañía turística que le brindan auge ya que a través de estos los clientes hablan bien de ello.

Organismos turísticos

Grupo de personas, organizaciones, etc. Con el solo propósito de brindar el mejor servicio y experiencia a los clientes.

- Públicos
- Comunicación organizacional
- Tareas concretas
- Objetivos
- Oportunidades
- Planeación
- Ejecución
- Evaluación
- Administración

Estructura y funcionamiento

Producir bienes y servicios que cumplan con los objetivos determinados.

- Producir de forma competitiva:
- S. aprovisionamiento
 - S. producción
 - S. Comercial
 - S. administrativo
 - S. Financiero

Organización

- Identificación y clasificación de tareas.
- Agrupamiento de tareas.
- Asignar un administrador.
- Coordinar el grupo.

- MATRICIAL
- LOS COMITES

Medios publicitarios

Donde la publicidad se adueña de los lugares.

- Periódicos: Día a día.
- Revistas: Mensual un tema específico.
- Televisión: Gran alcance.
- Radio: Eventos locales y únicos.
- Internet: El costo depende del alcance de personas.
- P. Exterior: Lugares públicos.

Otros:

- P. Below the line
- P. Por contenido
- P. Anunciante
- P. Localización