

Nombre: Arleny sánchez  
Hernández

Materia: Relaciones  
Publicas

*Diseño Gráfico*  
7to cuatrimestre

# RELACIONES PÚBLICAS EN ORGANIZACIONES TURÍSTICAS

Empresas turísticas que requieren departamento de relaciones públicas.

Las relaciones públicas son comunicación de ligas mayores, son ellas quienes construyen y mantienen imágenes con credibilidad. Puesto que para la industria del Turismo el aprovechamiento y la correcta difusión de sus recursos es de vital importancia en comparación con otras industrias, la función primordial de las Relaciones Públicas en el sector es su participación en la promoción turística de un país, región o ciudad.

De imagen: esta es una forma de hacer relaciones públicas para influir en el conocimiento que se tiene del producto turístico para crear una imagen de modernidad.  
De rutina: para ayudar a que exista confianza en el mercado de origen, presencia permanente en los medios de comunicación.  
De crisis: la peor estrategia de gestión de crisis es el silencio, es por ello que es aquí en donde los medios de comunicación juegan un papel importante para cambiar la percepción que tienen los turistas de un destino.

Organismos turísticos que requieren del departamento de relaciones públicas.

Un organismo representativo es una asociación que agrupa personas, instituciones, corporaciones u organizaciones que tienen intereses comunes, cuyo propósito fundamental es obtener beneficios para sus agremiados, así como propiciar el bienestar social.

Entre las acciones más representativas de las cámaras y asociaciones destacan las siguientes:

1. Patrocinio y organización de reuniones, eventos, convenciones, seminarios de capacitación y especialización.
2. Recopilación, publicación y difusión de las estadísticas correspondientes a su especialidad.
3. Interpretación de actividades legislativas y administrativas del sector oficial en relación con los intereses de los socios. Esto incluye, el manejo de las relaciones oficiales del grupo ante el gobierno.
4. Elaboración y difusión de materiales noticiosos e informativos para los medios masivos de comunicación.
5. Realizar actividades de servicio social para la comunidad.
6. Promoción de códigos de ética y normas aplicables a los sectores de su competencia.
7. Recopilación y difusión de leyes y disposiciones que afectan, real o potencialmente, a los socios.
8. Hacer publicidad institucional y promoción a favor de un determinado sector institucional, profesional o comercial
9. Elaboración y distribución de publicaciones especializadas, películas y presentaciones audiovisuales.

Estructura y funcionamiento del departamento en organismos típicos del turismo

Genéricamente podemos definir la empresa como un conjunto de medios, que debidamente dirigidos y coordinados, tiene como función principal producir bienes y servicios y como fin último, cumplir unos objetivos previamente determinados.

LA ORGANIZACIÓN COMO FUNCIÓN ADMINISTRATIVA COMPRENDE:

-La identificación y clasificación de la tareas a realizar en la empresa; el agrupamiento de éstas la asignación de un administrador a cada agrupamiento con la suficiente autoridad para supervisarlos, y las medidas para coordinar el grupo.

Medios publicitarios (clases, plan, compra, programa, solución).

Los medios publicitarios son todos 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 de la información, uno de los medios publicitarios más antiguos es el periódico que actualmente sigue siendo utilizado pero ha estado perdiendo su relevancia frente a otros mercados como el internet

A continuación se muestra la lista de los medios publicitarios utilizados por las empresas como estrategia de marketing.

- periódicos
- revistas
- televisión
- radio
- internet
- publicidad exterior
- publicidad below the line
- publicidad por anunciante
- publicidad por localización
- subtipos de publicidad