

UNIVERSIDAD DEL SURESTE

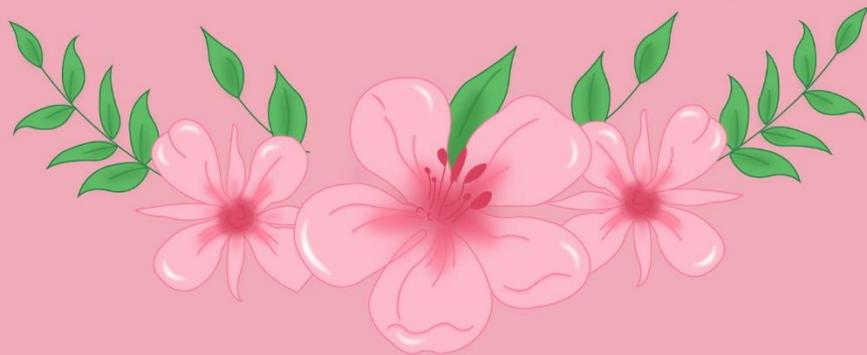
Gabriela Nájera Bravo

7mo

Diseño Gráfico

Relaciones Públicas

Prof. Karina Maricruz Pérez



## ENSAYO

### “Organización de la función de las RR. PP”

#### INTRODUCCION

En el presente ensayo conoceremos de las actividades, planes y herramientas que usan las relaciones públicas para dar a conocer una empresa o servicio y lo fundamentales que estas se vuelven para emitir mensajes en colaboración con otras áreas.

#### DESARROLLO

Las relaciones públicas son un conjunto de acciones de comunicación estratégica coordinadas y sostenida a lo largo del tiempo, que tienen como principal objetivo fortalecer los vínculos con los distintos públicos, escuchándolos, informándolos y persuadiéndolos para lograr consenso, fidelidad y apoyo en acciones presentes y futuras.

#### La función de las relaciones publicas

Toda actividad de relaciones públicas necesita de una gestión de identidad corporativa, mediante las siguientes funciones:

- Gestión de comunicaciones internas: Conoce los recursos humanos de la institución y que a su vez estos conozcan sus políticas.
- Gestión de comunicaciones externas: Darse a conocer, esto se logra a través de la vinculación con otras instituciones por medio de finanzas, gobierno y medios de comunicación.
- Funciones humanísticas: Información, legible y veraz, de tal manera que atraiga al público.
- Análisis de comprensión publica: es muy importante persuadir a la opinión pública para ordenar y actuar sobre ella.
- Trabajar con otras disciplinas y áreas: Tener una base humanista en psicología, sociología y relaciones humanas.

Para las relaciones publicas es muy importante tener la mente abierta para trabajar con publicidad y mercadotecnia para poder emitir mensajes coherentes y duraderos.

Las herramientas con las que se valen las relaciones públicas para cumplir con sus objetivos y funciones diversas son las siguientes:

- Organización de eventos
- Grupos de presión
- Planes de responsabilidad social

Las relaciones con los medios de comunicación:

Diarios: Accede al público en general.

Revistas: Más público y mejor segmentado.

Radio: Transmisión instantánea las 24 horas.

Televisión: Notoriedad a la institución.

Internet: Diversos medios.

También trabajan con diversos intangibles como lo son:

Identidad: Caracterización y diferencia del resto.

Filosofía: Es el objetivo global y el modo de llegar a él.

Cultura: Proceder y modo de actuar en conjunto.

Imagen: Representa la organización

Reputación: Este aspecto se puede decir que es a criterio del público en base a sus experiencias.

Las relaciones públicas no solo trabajan solas, si no en conjunto con campañas políticas para identificar, analizar tendencias tanto en las organizaciones como en los públicos, estos diagnostican o predicen el comportamiento de las personas, es por ello que recurren a una asesoría con los niveles directivos y juntos evalúan el balance social.

Un aspecto muy importante que es necesario destacarla son las relaciones públicas negativas las cuales son más un proceso que afecta la reputación de una empresa y tienen como objetivo perjudicar la reputación de otra con el fin de desprestigiarla.

Coordinación de las relaciones públicas con las actividades de la organización turística

La importancia de las relaciones publicas en la industria turística y hotelera. Sirven para cuidar la reputación y dar a conocer un destino o empresa como sus servicios, beneficios, etc. Para ellos las relaciones publicas se apoyan de grupos objetivos, por ejemplo, los medios de comunicación, quienes brindan información segmentada del destino o servicio para poder promoverlo y hacer el uso correcto de estrategias de comunicación para que al público le sea fácil comprender y retener la información.

Un dato muy importante en el ámbito de las relaciones públicas son los enlaces que se brinda al público, estos se usan en lugares donde ellos transitan, ya que son contenidos sumamente importantes de los lugares o servicios que la empresa ofrece.

A continuación, se presentan algunos instrumentos que usan las relaciones públicas para dar a conocer un destino o servicio de hotel.

Consultoría externa: Estar en constante asesoría con asesores en RR. PP o asesores de medios de comunicación.

- Programación: Elaborar un calendario de actividades.
- Planeación y ejecución de eventos especiales.
- Programación de eventos públicos y privados.
- Ordenar y seleccionar fotografías para volantes internos y externos.

Las relaciones publicas también cuentan con una guía de sus actividades para mantener una buena organización.

Flujo de información: Aquí entra la identificación del destino o hotel y su historia, redacta y distribuye la publicidad.

La dirección de comunicaciones y las relaciones publicas: Selecciona y distribuye la publicidad de la empresa a nivel nacional.

La dirección de comunicaciones y las relaciones publicas recolecta los recortes de la prensa.

Eficiencia encendedora de la publicidad

Los buenos anuncios, únicos y diferentes se deben a la efectividad publicitaria, entre su jurado se encuentra nada más y nada menos que el consumidor, los buenos anuncios son el único premio donde los ganadores se eligen a través de una herramienta de calidad (investigación del mercado). La diversidad con la que se cuenta

es amplia ya que en ella participan hombres y mujeres con distintas edades y diferentes niveles económicos.

La función de asesoría en la organización

Las relaciones publicas brindan a la empresa el crecimiento y conocimiento necesario para su acenso pero para ellas es muy necesaria la interacción con otros medios para cumplir con las necesidades y recursos, no obstante existen otras características peculiares en cada institución que contribuyen a factores determinantes para decidir la forma de estructurar la función que se ocupara, por ejemplo, la consulta externa e interna, la realización de eventos, publicidad, servicios, experiencias y finanzas.

## CONCLUSION

En conclusión, las relaciones publicas son sumamente importantes para el crecimiento de una empresa o servicio como lo fundamental que son ellas para las empresas turísticas y hoteleras, estas ayudan a la reputación y durabilidad del mensaje que esta quiere transmitir.

## REFERENCIAS

<http://plataformaeducativauds.com.mx/assets/docs/files/assignatura/e89dd6a5524a111934f39ccaf52b97e9.pdf>