

UNIVERSIDAD DEL SURESTE  
DISEÑO GRÁFICO

**RELACIONES PÚBLICAS**

Mtra. Karina Maricruz Pérez Guillén

Kelly Karina Gordillo Cano

**1 2 / o c t u b r e / 2 0 2 0**

# RELACIONES PÚBLICAS EN *organizaciones turísticas*

**EN LA VENTA DE UN DESTINO  
TURÍSTICO SUELEN EXISTIR 3 TIPOS**  
*de Relaciones Públicas:*

**DE IMAGEN:**  
Sirve para influir en el conocimiento  
que se tiene del producto turístico para  
crear una imagen de modernidad.

**DE RUTINA:**  
Ayuda 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, los medios de  
comunicación ayudan a cambiar la percepción  
que tienen los turistas de un destino.

**LOS PÚBLICOS PRINCIPALES  
DE UN ORGANISMO**  
*representativo son:*

**-MIEMBROS O SOCIOS -PERSONAL DE LA ORGANIZACIÓN  
-MIEMBROS O SOCIOS POTENCIALES -CLIENTES REALES Y POTENCIALES  
DE LOS PRODUCTOS -FUNCIONARIOS DE GOBIERNO Y DE LAS  
INSTITUCIONES -PROFESORES Y ESTUDIANTES DE MATERIAS AFINES A LA  
ASOCIACIÓN - PROVEEDORES DE PRODUCTOS Y SERVICIOS DE LOS  
MIEMBROS DE LA ASOCIACIÓN -EL PÚBLICO EN GENERAL**

**LA ORGANIZACIÓN COMO  
FUNCIÓN ADMINISTRATIVA**  
*comprende:*

- Identificación y clasificación de la tareas a realizar en la empresa; el agrupamiento de éstas.
- Asignación de un administrador a cada agrupamiento con la suficiente autoridad para supervisarlos.
  - Medidas para coordinar el grupo.

**MEDIOS PUBLICITARIOS  
UTILIZADOS COMO**  
*estrategia de marketing:*

**-PERIÓDICOS -REVISTAS -TELEVISIÓN -RADIO  
-INTERNET -PUBLICIDAD EXTERIOR -PUBLICIDAD  
BELOW THE LINE -PUBLICIDAD POR CONTENIDO,  
ANUNCIANTE O LOCALIZACIÓN.**