



Nombre del alumno:

LUIS GERARDO VELASCO VELASCO

Nombre del profesor:

KARINA MARICRUZ PEREZ GUILLEN

Nombre del trabajo:

MMAPA CONCEPTUAL

Materia:

RELACIONES PUBLICAS

Grado:

7MO CUATRIMESTRE

Comitán de Domínguez Chiapas

RELACIONES PÚBLICAS Y PUBLICIDAD

LAS RELACIONES PÚBLICAS PERMITEN A LA ORGANIZACIÓN PARTICIPAR EN LA DINÁMICA SOCIAL INFORMANDO EL TRABAJO DE LA ORGANIZACIÓN

ANTECEDENTES HISTÓRICOS

PODEMOS SABER QUÉ ESTÁ HACIENDO LA ORGANIZACIÓN, ESTA INFORMACIÓN PROVIENE PRINCIPALMENTE DE SU GERENTE DE RELACIONES PÚBLICAS.

LAS RELACIONES PÚBLICAS EN MÉXICO DATAN DE TIEMPOS PRECOLOMBINOS; NUESTROS ANCESTROS YA REALIZABAN CIERTAS FUNCIONES DE RELACIONES PÚBLICAS

LA PRÁCTICA DE LAS RELACIONES PÚBLICAS ES EL ARTE Y LA CIENCIA SOCIAL DE ANALIZAR TENDENCIAS, PREDECIR SUS CONSECUENCIAS,

FUNCIONES DE LA PUBLICIDAD Y LAS RELACIONES PÚBLICAS

LA PUBLICIDAD ES UNA HERRAMIENTA ESENCIAL DEL MARKETING, YA QUE INTENTA INCREMENTAR LAS VENTAS Y ESTIMULAR LA DEMANDA.

TRES SON LAS FUNCIONES FUNDAMENTALES:
1.- FUNCIÓN INFORMATIVA.
SABEMOS QUE SU FIN ES DAR A CONOCER UN PRODUCTO XTO Y/O LA PALABRA.
2.- FUNCIÓN PERSUASIVA.
NO SÓLO NECESITA DAR A CONOCER, INFORMAR, NECESITA PERSUADIR, CONVENCER,
3.- FUNCIÓN ECONÓMICA.
COMO EMPRESA NECESITA OBTENER BENEFICIO, DE LOS CONSUMIDORES.

BENEFICIOS OBJETIVOS Y TAREAS ESPECÍFICAS INTERNAS Y EXTERNAS.

LAS EMPRESAS SUELEN CONTRATAR LOS SERVICIOS DE LAS AGENCIAS DE RELACIONES PÚBLICAS CON EL OBJETIVO DE ALCANZAR UNA MAYOR COBERTURA DE MERCADO.

EN UNA LÍNEA GENERAL, PODEMOS DECIR QUE LOS OBJETIVOS QUE SE PUEDEN PERSEGUIR O SE CONSEGUIRÁN GRACIAS A UNA BUENA ESTRATEGIA DE RELACIONES PÚBLICAS SON:

- COMUNICACIÓN DE DOBLE VÍA CON LOS SECTORES INVOLUCRADOS
- PUBLICIDAD INSTITUCIONAL DE LA EMPRESA
- AFIANZAMIENTO DEL FACTOR HUMANO
- SERVIR DE APOYO AL ÁREA DE COMERCIALIZACIÓN