

UNIVERSIDAD DEL SURESTE
DISEÑO GRÁFICO

RELACIONES PÚBLICAS

Mtra. Karina Maricruz Pérez Guillén
Kelly Karina Gordillo Cano

17 / s e p t i e m b r e / 2020

FUNCIONES DE UN DIRECTOR Y ASESOR DE RELACIONES PÚBLICAS

En general, los profesionales de relaciones públicas pueden ser gerentes de comunicación que organizan e integran actividades de comunicación, o pueden ser técnicos de comunicación que principalmente escriben y construyen mensajes. La investigación en esta área condujo a la identificación de cuatro roles específicos: el rol técnico y tres tipos de gerentes de comunicación.

La mayoría de los practicantes comienzan sus carreras como técnicos en comunicación. Esta función requiere la ejecución de estrategias con tácticas de comunicados de prensa, boletines de empleados, documentos de posición, ubicaciones en los medios, contenido de sitios web, discursos, blogs y mensajes de redes sociales. Los profesionales en esta función no suelen participar en la definición de problemas y el desarrollo de soluciones, sino que basan sus tácticas en la habilidad técnica de la escritura.

Por lo que un relacionista público es el encargado de realizar acciones de comunicación estratégicas, coordinadas en tiempo, que tienen como principal objetivo fortalecer los vínculos con los diferentes públicos, escuchándolos, informándolos y persuadiéndolos para lograr fidelidad y apoyo en las acciones que se realicen. Ayuda además a crear, vender y mantener una imagen positiva de la organización o marca con la que se esté trabajando.

Para poder realizar estas acciones un relacionista público debe de tener conocimiento de política, sociología, psicología social, comunicación interna y externa de una empresa, relaciones financieras, marketing, resolución de crisis, gestión y asesoría de proyectos. Como se puede observar RRPP no trata únicamente de realizar eventos o ver con quien se socialice la marca, si no que intenta proyectar una imagen positiva tanto a clientes como a empleadores.

Una pregunta muy frecuente es ¿Qué se necesita para ser un RRPP? En lo personal diría que este puesto conlleva mucha responsabilidad ya que se necesita ser paciente, tener la facilidad para llevar una conversación y poder tener la capacidad de llevar diversas tareas al mismo tiempo.

Toda esta carrera es de saber organizar tus tiempos y saber no estresarte, sino que verlo como un reto distinto cada día que hay que superar, si hay una piedra hay que saber quitarla del camino y colocarla en un lugar donde se vea bien y decore el camino. Eso es lo que hace un relacionista público.

Las relaciones públicas pueden y deben hacer una contribución importante para ayudar a formar las ideas de una organización sobre lo que es, lo que debe hacer y lo que sus públicos quieren y esperan de ella. El RRPP debe gestionar lo siguiente:

- Gestión de la comunicación: desarrollo de objetivos de comunicación que estén alineados con los objetivos generales de una organización. Como comunicadores bidireccionales, los profesionales de las relaciones públicas interactúan directamente con los públicos clave, transmitiendo la información resultante (con recomendaciones) a otros miembros del equipo de gestión.

- Gestión de crisis: establecer métodos y políticas que se utilizarán cuando las operaciones de una organización se vean envueltas en una emergencia que afecte al público. Esto incluye políticas y procedimientos para la distribución de información a empleados, medios de comunicación, gobierno y otros públicos clave.

- Gestión de problemas: esto implica identificar problemas, problemas y tendencias relevantes para una organización y luego desarrollar y ejecutar un programa para tratarlos. Se incluye el estudio de asuntos de política pública de interés para una organización.

- Gestión de relaciones: implica el papel de las relaciones públicas en la identificación de públicos clave y el establecimiento de estrategias para construir y mantener relaciones de beneficio mutuo con esos públicos. Gestión de la reputación: la planificación e implementación de políticas, procedimientos y estrategias que demuestran el compromiso de una organización con la responsabilidad pública y social, el comportamiento ético, la identidad corporativa y la reputación con públicos clave.

- Gestión de la reputación: la planificación e implementación de políticas, procedimientos y estrategias que demuestran el compromiso de una organización con la responsabilidad pública y social, el comportamiento ético, la identidad corporativa y la reputación con públicos clave.

- Gestión de recursos: la gestión de RR.PP. de los recursos humanos y financieros gira en torno al establecimiento de objetivos, la planificación, la elaboración de presupuestos, el reclutamiento y la contratación de personal de RR.PP. y la administración de esos recursos.

- Gestión de riesgos: como relaciones públicas preventivas, esta función implica ayudar a una organización a reconocer áreas de peligro potencial y recomendar los cambios necesarios antes de que los peligros potenciales se conviertan en crisis.

- Gestión estratégica: actuando como consejero, el practicante de relaciones públicas forma parte del equipo de gestión y ayuda a la organización a desarrollar políticas sólidas que respondan a los mejores intereses del público y de la organización. El practicante de relaciones públicas integra una comprensión de las preocupaciones y actitudes de los públicos clave en el proceso de toma de decisiones gerenciales de la organización.