

UNIVERSIDAD DEL SURESTE

Gabriela Nájera Bravo

7mo

Diseño Gráfico

Relaciones Públicas

Prof. Karina Maricruz Pérez



Relaciones Publicas

Antecedentes Históricos

Las relaciones publicas han sido parte de nuestra vida como en movimientos, campañas políticas o simplemente cuidar la imagen de un gobernante.

Funciones de Publicidad

INFORMATIVA: Uso de imagen y texto/palabra.

PERSUASIVA: Imagen y texto con una serie de argumentos que atraigan al público.

ECONOMIA: Creando estrategias que atraigan al público como ofertas o 2x1.

FINANCIADORA: Tiene presencia en la mente y acapara el espacio.

SUSTITUTIVA: Nos aparta de la realidad y nunca te dirá que es dañino.

ESTEREOTIPO: Se basa a la publicidad dedicada a un género masculino o femenino.

DESPROBLEMATICA: Nos muestra el lado bueno de la vida.

Beneficios y Objetivos

El trabajo de las relaciones publicas es crear estrategias creativas tales que atraigan al cliente, teniendo buena comunicación y trato.

Funciones del director y asesor

Es una persona dinámica con actitud positiva, para así desarrollar mensajes claros de manera asertiva, analizando la opinión pública, resolviendo los problemas que presenta y mantiene un lazo cercano con los periodistas.

Directivos y empleados

Es un equipo de trabajo que se encargan de tomar decisiones apoyándose unos a otros esto hace que haya buena comunicación, siendo equitativo y sentirse orgulloso de la empresa donde trabaja.

Dirección y las relaciones publicas

Un buen director busca las mejores soluciones es innovador y genera empatía con los sectores de donación.

Influencia sobre la organización

Para llegar hacer una empresa o marca reconocida es necesario contar con aspectos como crear opiniones, construir alianzas, ver la necesidad del cliente, ser innovador y posicionamiento.

Dirección de ventas y clientes

El mejor servicio es el que más clientes atrae dentro y fuera del establecimiento, generando gran cantidad de ventas, el director siempre está al frente motivando a los demás.

Relaciones con el gobierno

CREDITO: Es una fuente principal para la evolución de las empresas.

CREDITO: Es una fuente principal para la evolución de las empresas.

COORDINADOR: Permite que más personas conozcan la empresa.

COMPETIDOR: Cuando se convierte en competidor las ventas decaen y ellos tienen mejores productos y servicios.

Grupos influyentes

PERIODICO: Asesorarse para saber a qué publico dirigimos contar con agencias de comunicación.

PRENSA: Conocer la opinión pública y dar a conocer nuestra empresa a través de esta.