



**Nombre del alumno: CARPIO
AGUILAR MAXIMILIANO**

**Nombre del trabajo: mapa
conceptual**

Materia: relaciones publicas

Grado: 7° cuatrimestre

Grupo: turismo

RELACIONES PÚBLICAS Y PUBLICIDAD

Funciones de la publicidad y las relaciones públicas.

- 1.- Función informativa. Sabemos que su fin es dar a conocer un producto y para ello recurre no sólo a la imagen, sino también al texto y/o la palabra.
- 2.- Función persuasiva. No sólo necesita dar a conocer, informar, necesita persuadir, convencer, para lo que le resultan válidos todo tipo de argumentos
- 3.- Función económica. Como empresa necesita obtener beneficio, necesita ser rentable, ¿cómo?: creando nuevas necesidades, creando nuevos consumidores. La publicidad es uno de los grandes motores de la economía porque nuestra sociedad es, en gran medida, una sociedad de bienes de consumo y las empresas necesitan dar a conocer esos productos por lo que no reparan en emplear tremendas inversiones en publicidad.

Directivos y empleados: vehículos de relaciones públicas.

La principal función de relaciones públicas con respecto a las relaciones de trabajo es la de armonizar los intereses de éste con los de la institución; tiene que tratar de mantener las relaciones en un plano que reconozca los derechos de los demás.

La dirección y las relaciones públicas

Los directores de relaciones públicas establecen relaciones con la prensa y los medios de comunicación, por lo que a menudo son responsables de actividades tales como servir de enlace con los medios de comunicación, investigación sobre la opinión pública y las tendencias del mercado, supervisión de noticias, entre otras.

Las relaciones públicas en México datan de tiempos precolombinos: nuestros ancestros ya realizaban ciertas funciones de relaciones públicas porque entendían la naturaleza y la importancia que tiene contar con las personas para alcanzar objetivos específicos

Funciones del director y asesor de relaciones públicas

Los Gerentes de Relaciones Públicas planifican, organizan, dirigen, controlan y evalúan actividades de su especialidad en negocios comerciales, industriales y electrónicos. Asimismo, pueden trabajar para entidades gubernamentales, agencias de Publicidad, Mercadeo y Relaciones Públicas o para consultoras.

- ☞ Dirigir y evaluar los departamentos de la empresa que desarrollen e implementen estrategias de comunicación y programas de información.
- ☞ Desarrollar y mantener la imagen e identidad corporativa del cliente, lo cual comprende el uso de logos y anuncios.
- ☞ Observar tendencias sociales, económicas y políticas que puedan afectar a la organización o a los clientes y recomendar maneras de mejorar su imagen en base a ellas.
- ☞ Trabajar en conjunto con los Gerentes de Mercadeo y Publicidad para garantizar que las campañas estén alineadas con la imagen que la empresa o el cliente quieran proyectar.

Influencia sobre la dirección de ventas y los clientes.

El gestor de esto debe tener un amplio sentido de negocio y poseer un amplio compendio de competencias para su cargo; uno de ellos es la habilidad para estimular las relaciones públicas desde su posición o utilizando las posibilidades que le puede brindar su compañía desde áreas dedicadas y especializadas en este asunto.

Beneficios objetivos y tareas específicas internas y externas

- 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:
- Consolidación y proyección de la imagen de la organización
 - Generar opinión pública
 - Comunicación de doble vía con los sectores involucrados
 - Publicidad institucional de la empresa
 - Afianzamiento del factor humano
 - Servir de apoyo al área de comercialización

Influencia sobre la organización

Las relaciones públicas vienen a representar la herramienta administrativa y/o disciplina que, mediante una gestión estratégica, logra diferenciar a la organización de sus competidoras. He aquí su importancia.

Para lograr lo mencionado en la lámina anterior, las relaciones públicas

trabajan con diversos intangibles como lo son:

- Establecer una diferenciación.
- Adecuar los mensajes a las distintas audiencias.
- Educar al usuario de los servicios.
- Crear tendencias de opinión.
- Posicionar las empresas, proyectos y productos.
- Construir credibilidad.
- Desarrollar relaciones con los líderes de opinión.
- Identificar las necesidades de los consumidores / usuarios.