



ALUMNO: LÓPEZ GORDILLO NESTOR ADIN

ACTIVIDAD: CUADRO SINÓPTICO

MATERIA: RELACIONES PÚBLICAS

CARRERA: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

CUATRIMESTRE: 7º

DOCENTE: PÉREZ GUILLEN KARINA MARICRUZ

FECHA DE ENTREGA: 04/12/2020

RELACIONES PÚBLICAS EN ORGANIZACIONES TURÍSTICAS

Empresas turísticas que requieren de departamento de relaciones.

Para una institución hotelera, el correcto aprovechamiento y difusión de sus instalaciones es, más que para cualquier otro tipo de empresas, de vital importancia, ya que sus instalaciones son el producto mismo. La importancia que para la empresa hotelera tienen las relaciones públicas es precisamente, al hablar de un hotel, se habla de sus instalaciones, sus servicios, su gente, su localización y los beneficios que, en comparación con otros hoteles proporciona a sus huéspedes.

En el campo de la hotelería, el objetivo de la función de las relaciones públicas es ayudar o apoyar los esfuerzos de ventas y de operación de cada uno de los hoteles, haciendo notar a los huéspedes los servicios e instalaciones con que cuenta el hotel y atendiendo personalmente a cada uno, si esto es posible, creando así una imagen de atención, cordialidad y servicio personal.

Organismos turísticos que requieren del departamento de relaciones públicas.

Un organismo representativo es una asociación que agrupa personas, instituciones, corporaciones u organizaciones que tienen intereses comunes, cuyo propósito fundamental es obtener beneficios para sus agremiados, así como propiciar el bienestar social. Entre los organismos representativos más conocidos destacan las cámaras industriales, los organismos de representación sindical y empresarial, y las asociaciones profesionales.

La conveniencia y las ventajas que han mostrado los organismos representativos –también conocidos como organismos intermedios– superan cualquier limitación o

Estructura y funcionamiento del departamento en organismos típicos del turismo.

La función básica de la empresa es **PRODUCIR DE FORMA COMPETITIVA**. Ello implica que dentro del segmento de mercado en que ofrece su producto, tiene que dotar a éste de la calidad suficiente y de elementos diferenciadores del resto de productos que se manejan en el mismo segmento de mercado.

Para lograr esto es imprescindible maximizar la efectividad de cada uno de los subsistemas que constituyen el sistema empresa, a saber:

- Subsistema de aprovisionamiento
- Subsistema de producción
- Subsistema comercial
- Subsistema administrativo
- Subsistema financiero