

RELACIONES PUBLICAS Y PUBLICIDAD

MAPA CONCEPTUAL

UNIVERSIDAD DEL SURESTE (UDS)

LICENCIATURA: ADMINISTRACION DE EMPRESAS

MATERIA: RELACIONES PUBLICAS

ALUMNO: JIMENEZ MENDEZ JOEL EZEQUIEL

MAESTRO: PEREZ MARICRUZ KARINA

FECHA: 14/NOV/20

RELACIONES PÚBLICAS Y PUBLICIDAD

Funciones de la publicidad

La publicidad es una herramienta esencial del marketing, ya que intenta incrementar las ventas y estimular la demanda.

Funciones fundamentales

Función informativa:
Dar a conocer un producto a través de imágenes, textos, perifoneo etc.

Función económica:
La publicidad es uno de los grandes motores de la economía, este se encarga de que la empresa sea rentable y crea nuevos consumidores.

Función persuasiva:
tiene como finalidad convencer al consumidor que el producto es ideal.

Beneficios

Alcanza una mayor cobertura en el mercado

Objetivos de publicidad

lograr convencer y motivar a nuestro mercado objetivo para que adquiera nuestros productos y/o servicios.

Objetivos de las relaciones publicas

Generar opinión publica
Fomentar el respeto mutuo y la responsabilidad social,
Prevenir conflictos y malas interpretaciones.

Función de R.P. con los empleados

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 meta

Los empleados se sienten satisfechos, motivados y más

Relación con El gobierno

El gobierno se relaciona como:
Como fuente de crédito
Como coordinador
Competidor
fuente de información

Otras relaciones

Con el periódico
Con la prensa
Los públicos
Comunicación organizacional
Relaciones publicas para los organismos no lucrativos

Función del director de R.P

Otras funciones

planifican, organizan, dirigen, controlan y evalúan actividades de su especialidad en negocios comerciales, industriales y electrónicos.

redacción de comunicados de prensa, la preparación de declaraciones de prensa, la organización de visitas, exposiciones y eventos varios.

**Influencia sobre la organización,
Ventas y los clientes.**

logra diferenciar a la organización de sus competidoras.

Generar el deseo del cliente de comprar el producto.

Lograr que el cliente se comprometa con la la marca y/o empresa y haciendo buena recomendación.