



**UNIVERSIDAD DEL SURESTE"UDS"**

**LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**MAESTRO: Karina Maricruz**

**Perez Guillen**

**MATERIA: Relaciones públicas.**

**TRABAJO: Mapa conceptual.**

**ALUMNO: Ever Morales Noriega.**

**FECHA DE ENTREGA: 14/11/20**

**GRUPO: 7° grupo "A" SABADOS.**

# RELACIONES PÚBLICAS Y PUBLICIDAD

## Funciones de la publicidad

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.

Función persuasiva

No sólo necesita dar a conocer, informar, necesita persuadir, convencer, para lo que le resultan válidos todo tipo de argumentos

## Relaciones publicas con otros organismos

Relaciones con el periódico

Una opción disponible actualmente son las consultoras de prensa. Allí, las empresas pueden obtener asesoría para dirigirse al público indicado.

## RELACIONES CON LA PRENSA

Los públicos

Estos sectores específicos son los que, en términos de relaciones públicas, se denominan "públicos" y son, en cantidad y en dispersión, muchos más para una asociación que los que normalmente se identifican para una empresa o institución particular.

Comunicación Organizacional

Las relaciones y comunicaciones con el personal de una asociación son esenciales para alcanzar los objetivos de los organismos intermedios.

## Dirección y relaciones públicas

Exclusividad

Donde el director de relaciones públicas trabaja para una sola empresa

Consultoría

Donde el director trabaja con una serie de empresas.

