

MATERIA: Relaciones Publicas

Docente: Pérez Guillen Maricruz Karina

PRESENTA EL ALUMNO: Domínguez García José Luis

TRABAJO: mapa conceptual

"A", septimo CUATRIMESTRE y SEMIESCOLARIZADO.

Comitán de Domínguez, Chiapas 14 de noviembre de 2020

RELACIONES PÚBLICAS Y PUBLICIDAD

- informativa: Sabemos que su fin es dar a conocer un producto y para ello recurre no sólo a la imagen. sino también al texto v/o la palabra.

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

Funciones de la publicidad y las relaciones públicas

La dirección y las relaciones públicas.

Beneficios objetivos y tareas específicas internas y externas.

-económica. Como empresa necesita obtener beneficio, necesita ser rentable, ¿cómo?: creando nuevas necesidades, creando nuevos consumidores.

se encargan de construir y gestionar la imagen de una empresa de cara al público en general y a los medios de comunicación.

Las empresas suelen contratar los servicios de las agencias de Relaciones Públicas con el objetivo de alcanzar una mayor cobertura de mercado.

Funciones del director y asesor de relaciones públicas.

Exclusividad, donde el director de relaciones públicas trabaja para una sola

Buena estrategia de Relaciones Públicas

Dirigir y evaluar los departamentos de la empresa que desarrollen e implementen estrategias de comunicación y programas de información.

Abanico de actividades

Asistir a ejecutivos en la redacción de discursos, organización de entrevistas y demás maneras de contacto público.

Influencia sobre la organización

- Decidir cuál comunicado será enviado a los medios de comunicación.

Relaciones con el gobierno actitud, valoración de situaciones, ayuda estatal.

EL GOBIERNO COMO FUENTE DE CRÉDITO

Logra diferenciar a la organización de sus competidoras

EL GOBIERNO COMO COORDINADOR

RELACIONES CON EL PERIÓDICO Consultoras de Prensa

Construir credibilidad.

Establecer una diferenciación.

Relaciones públicas con otros organismos, periódico, radios, con instituciones no educativas, organizaciones no lucrativas, con grupos influentes

Construir conciencia y visibilidad