



ALUMNA: KARLA YADIRA TRUJILLO MORALES.

CARRERA: CONTADURIA PUBLICA.

MATERIA: RELACIONES PÚBLICAS.

DOCENTE: KARINA MARICRUZ PÉREZ GUILLEN.

CUATRIMESTRE: SEPTIMO CUATRIMESTRE.

BIBLIOGRAFIA: ANTOLOGIA "RELACIONES
PUBLICAS"

UNIDAD 1

RELACIONES PÚBLICAS Y PUBLICIDAD.

La publicidad es una herramienta esencial del marketing

La comunicación con los empleados es elemental

Relaciones con el periódico

Cuenta con 3 funciones fundamentales

Esto les permite estar bien informados acerca de sus instituciones

A la vez fomentará que le digan a los directivos lo que piensan

Otorgan más importancia a sus labores de comunicación

1.- Función informativa
2.- Función persuasiva 3.- Función económica

De esta forma se influye positivamente en las relaciones con los clientes, inversionistas, medios de comunicación

El 87 % de los encuestados opinaba que los beneficios de ser noticia revertían en imagen de empresa

La publicidad busca cumplir en nuestra sociedad una serie de funciones

La principal función de relaciones públicas con respecto a las relaciones de trabajo es la de armonizar los intereses

El 54 %, en prestigio de marca.

- Función financiadora, Función sustitutiva, Función estereotipadora, Función desproblematizadora

La comunicación con los empleados se ha convertido en una especialización distinguida dentro de las relaciones públicas

Los Gerentes de Relaciones Públicas planifican, organizan, dirigen, controlan y evalúan

Involucra programas permanentes de comunicación con los empleados, tiene sus propias prácticas.

Es más seguro que la organización o institución alcance sus metas

Los públicos de una asociación determinada son los clientes, proveedores y empleados

Pueden trabajar para entidades gubernamentales, agencias de Publicidad, Mercadeo y Relaciones Públicas o para consultoras

Los directores de relaciones públicas establecen relaciones con la prensa y los medios de comunicación

Los directores de relaciones públicas tienen que mantenerse dentro de su presupuesto

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

Planifican y dirigen el material destinado a mantener o a impulsar la imagen pública de la compañía o del cliente que los contrató

Por lo que a menudo son responsables de actividades tales como servir de enlace con los medios de comunicación

Los directores de relaciones públicas a veces deben desplazarse dentro de un área local

Sobre todo en las grandes asociaciones, la comunicación con el personal es vital