



---

UNIVERSIDAD DEL SURESTE

---



Contaduría pública



**Materia:** relaciones públicas

**Docente:** Karina Maricruz Perez Guillen

**Alumno:** Ivan Santiago Hernández

**Tema:** relaciones públicas y publicidad, en organizaciones turísticas, planeación de relaciones públicas y organización.

**Grupo y cuatrimestre:** 7 séptimo cuatrimestre “A”

# RELACIONES PÚBLICAS

## Relaciones públicas y publicidad

Principales objetivos

Promover el conocimiento y la profesionalización de las relaciones públicas en México.  
Abrir nuevos mercados para las relaciones públicas en el país.  
Facilitar el intercambio de experiencias profesionales.  
Asegurar la ética profesional de los asociados.

Funciones de publicidad

Función informativa

Función persuasiva

Función económica

Función sustitutiva

Función estereotipadora

Función desproblematizadora

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

\*Desarrollar y mantener la imagen e identidad corporativa del cliente, lo cual comprende el uso de logos y anuncios.

\*Observar tendencias sociales, económicas y políticas que puedan afectar a la organización o a los clientes y recomendar maneras de mejorar su imagen en base a ellas.

## En Funciones del director y asesor de relaciones públicas.

Los

Gerentes de Relaciones Públicas

Planifican

Organiza

Dirigen

Controlan

Evalúan actividades

Especialidad

En

Negocios comerciales

Industriales

Electrónicos

Y las

Funciones más comunes de un Gerente de Relaciones Públicas

## Directivos y empleados: vehículos de relaciones públicas.

La

Comunicación con los empleados

Deben ser

Informados

A las

Instituciones

Donde

Enfrentan muchos retos y tienen que ser muy cautelosas en la conservación de buenos empleados

O la

Contratación de nuevo personal.

## Influencia sobre la organización.

Las

Relaciones públicas

Vienen a

Representar la herramienta administrativa

O

Disciplina que, mediante una gestión estratégica, logra diferenciar a la organización de sus competidoras

Las

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

EL GOBIERNO COMO FUENTE DE CRÉDITO

EL GOBIERNO COMO COORDINADOR

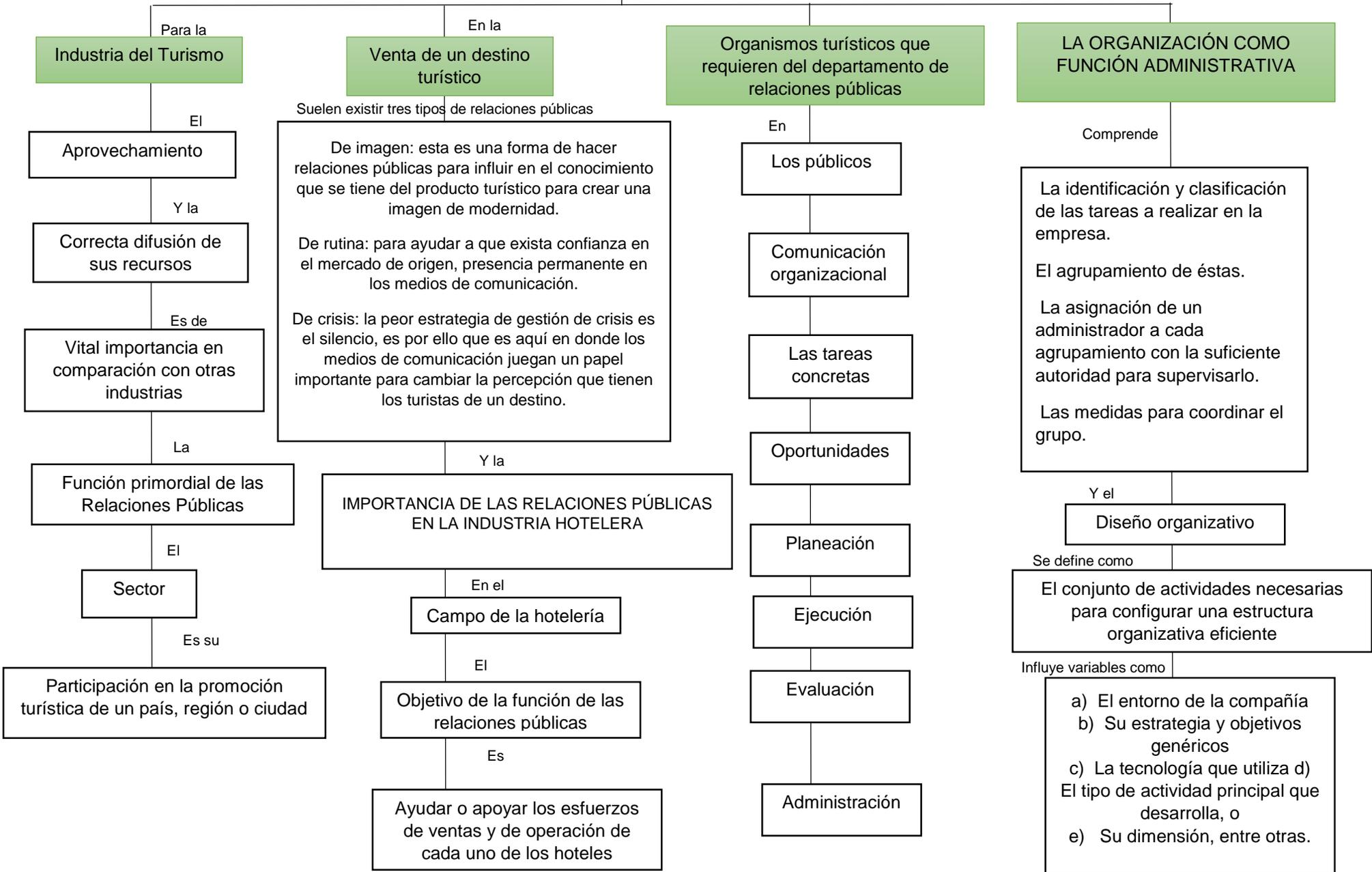
EL GOBIERNO COMO COMPETIDOR

EL GOBIERNO COMO FUENTE DE INFORMACIÓN

Son

# RELACIONES PÚBLICAS

## RELACIONES PÚBLICAS EN ORGANIZACIONES TURÍSTICAS



# PLANEACIÓN DE LAS RELACIONES PÚBLICAS

# ORGANIZACIÓN DE LA FUNCIÓN DE RELACIONES PÚBLICAS

Etapas de planeación.

Métodos para llevar a cabo el análisis de la opinión de los públicos

las  
Función de relaciones públicas.

a) investigación

Métodos informales

son  
Gestión de las comunicaciones internas

1. Definición del problema y de los objetivos

Ofrecer datos significativos o indicadores sobre las tendencias de la opinión, y en ocasiones llegan a poner de manifiesto las posibles causas en que se funda esta última.

Gestión de las comunicaciones externas

En el caso específico de relaciones públicas, la definición del problema implica que se defina al público a investigar

Métodos formales

Funciones humanísticas

2. Análisis del problema.

Se basan en el análisis de muestras representativas; es decir, en lugar de obtener información de todos y cada uno de los miembros del público investigado.

Análisis y comprensión de la opinión pública

Consistirá en recopilar hechos y datos relativos al problema, descomponer éste en partes y estudiar cada una de ellas

Trabajo conjunto con otras disciplinas y áreas

b) elaboración de planes y programas generales o alternativos

Herramientas de las que se valen las relaciones públicas para cumplir con sus objetivos

c) elaboración de planes y programas específicos.

La organización de eventos.  
Los grupos de presión.  
Planes de responsabilidad social.  
Relaciones con los medios de comunicación.

Identidad  
Filosofía  
Cultura  
Imagen  
Reputación

Como pueden ser

Las relaciones públicas trabajan con diversos intangibles