



## *RELACIONES PUBLICAS*

*ALUMNA: GORDILLO PEREZ PAULINA RUBIRE*

*CATEDRATICO: KARINA MARICRUZ PEREZ GUILLEN*

### *MAPA CONCEPTUAL UNIDAD 1*

*CONTADURIA PÚBLICA*

*7º CUATRIMESTRE*

# UNIDAD 1 RELACIONES PÚBLICAS Y PUBLICIDAD

La publicidad es una herramienta esencial del marketing, ya que intenta incrementar las ventas y estimular la demanda. Por esa razón, es importante conocer sus funciones.

Funciones de la publicidad y las relaciones públicas.

Funciones del director y asesor de relaciones públicas.

Tres son las funciones fundamentales

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

Beneficios objetivos y tareas específicas internas y externas.

Las empresas suelen contratar los servicios de las agencias de Relaciones Públicas con el objetivo de alcanzar una mayor cobertura de mercado. Como sabemos, los objetivos del Marketing deben basarse en acciones programadas y consistentes para lograr persuadir y motivar a nuestro mercado objetivo para que adquiera nuestros productos y/o servicios.

Los Gerentes de Relaciones Públicas planifican, organizan, dirigen, controlan y evalúan Actividades de su especialidad en negocios comerciales, industriales y electrónicos. Asimismo, pueden trabajar para entidades gubernamentales, agencias de Publicidad, Mercadeo y Relaciones Públicas o para consultoras.

Directivos y empleados: vehículos de relaciones públicas.

La principal función de relaciones públicas con respecto a las relaciones de trabajo es la de 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 dirección y las relaciones públicas.**

Los directores de relaciones públicas se encargan de construir y gestionar la imagen de una empresa de cara al público en general y a los medios de comunicación. Sus funciones pueden ser la redacción de comunicados de prensa, la preparación de declaraciones de prensa, la organización de visitas, exposiciones y eventos varios.

**Influencia sobre la organización.**

Las relaciones públicas vienen a representar la herramienta administrativa y/o disciplina que, mediante una gestión estratégica, logra diferenciar a la organización de sus competidoras.

trabajan con diversos intangibles como lo son:

Establecer una diferenciación.  
Adecuar los mensajes a las distintas audiencias.  
Educar al usuario de los servicios.  
Crear tendencias de opinión.  
Posicionar las empresas, proyectos y productos.  
Construir credibilidad.  
Desarrollar relaciones con los líderes de opinión.  
Identificar las necesidades de los consumidores / usuarios.  
Establecer una comunicación continua con los públicos

**Influencia sobre la dirección de vetas y los clientes.**

Dentro de la gerencia de ventas encontramos un principio esencial a la hora de prestar un excelente servicio, es que los miembros de la organización sean conscientes que el jefe más importante no es quien están por encima en el organigrama, sino quienes son nuestros consumidores.

**Relaciones con el gobierno actitud, valoración de situaciones,**

**EL GOBIERNO COMO COORDINADOR**  
Los tres aspectos del gobierno mencionados hasta ahora convierten a éste en un coordinador de la economía y actividades nacionales, función que realiza con el fin de lograr un desarrollo armónico y equilibrado del país.

**EL GOBIERNO COMO FUENTE DE CRÉDITO**  
Las relaciones con el gobierno considerado como fuente de crédito cobraron mayor importancia a partir del primero de septiembre de 1982, fecha en que entró en vigor el decreto por el cual se nacionalizó la banca privada, ya que con ello el Estado se convirtió en la principal fuente de financiamiento para un mayor número de organizaciones

**EL GOBIERNO COMO COMPETIDOR**

El gobierno compite con la iniciativa privada en muy diversas ramas de las actividades económicas, a través de empresas descentralizada principalmente, así como de otros organismos oficiales.

**EL GOBIERNO COMO FUENTE DE INFORMACIÓN**

A través de entidades tales como la Secretaría de Programación y Presupuesto, el Banco de México, Nacional Financiera, S. A., el Banco Nacional de Comercio Exterior y la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, el gobierno realiza censos, investigaciones y estudios que constituyen una valiosa información para organizaciones de muy diversos tamaños y tipos, que pueden ser de utilidad, por ejemplo, para la realización de investigaciones de mercado, encuestas de opinión, estudios sobre proyectos de inversión, etc.

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

**.Consultoras de Prensa**

Una opción disponible actualmente son las consultoras de prensa. Allí, las empresas pueden obtener asesoría para dirigirse al público indicado, para lo cual será necesario primero seleccionar entre los distintos espacios ofrecidos por los medios de comunicación (agencias de noticias, diarios, revistas, radios y canales de televisión).