



UNIDAD II

RELACIONES PUBLICAS EN ORGANIZACIONES TURISTICAS

Relaciones publica



10 DE NOVIEMBRE DE 2020

LIC. EN CONTADURÍA PÚBLICA 7° CUATRIMESTRE RELACIONES PUBLICA
CISNEROS DIAZ BERENICE

Introducción

En este trabajo abordare el tema de RELACIONES PUBLICAS EN ORGANIZACIONES TURISTICAS. comunicación ellas quienes construyen y mantienen imágenes con credibilidad. Puesto que para la industria del Turismo el aprovechamiento y la correcta difusión de sus recursos es de vital importancia en comparación con otras industrias, la función primordial de las Relaciones Públicas en el sector es su participación en la promoción turística de un país, región o ciudad. Es por ello por lo que el impacto que tienen las Relaciones Públicas en la industria turística es precisamente el poder gestionar de forma efectiva la comunicación de la marca y la imagen de un destino en conjunto con su oferta turística.

Desarrollo

LA IMPORTANCIA DE LAS RELACIONES PUBLICAS EN LA INDUSTRIAS HOTELERAS

Las empresas hoteleras tienen las relaciones públicas, al hablar de un hotel, como sus instalaciones, servicios, personal, localización y los beneficios que le hace corporaciones con otros hoteles.

No solo exclusivamente una nota informativa publicada en algunos medios de publicidad, hablando de las instalaciones o elogiando la instalación recibidas. Si no son los resultados positivos de esas instalaciones y esa atención. Por lo que para unas empresas hoteleras las relaciones públicas y el servicio a sus clientes

Crear y promover una imagen pública favorable para la industria o la profesión y para quienes en ella participan y se benefician de sus actividades, Motivar a los diferentes públicos para que reaccionen favorablemente y apoyen activamente las acciones de la asociación, Aportar al público información adecuada, útil y precisa que no podría obtener de alguna otra fuente, Estimular indirectamente a los miembros de la asociación a pensar positivamente sobre sí mismos, al mismo tiempo que observan los esfuerzos que se realizan para crear una imagen pública de ellos mismos.

Una empresa hotelera, sea cual sea el sector en que operen éstas. Encuadrada en el sector productivo de los servicios, no puede destacarse ningún elemento diferenciador, con respecto a otro tipo de empresas.

Medios publicitarios (clases, plan, compra, programa, solución). Los medios publicitarios son todos aquellos lugares de los cuales la publicidad puede hacer uso para colocar anuncios, estos han estado evolucionando con el tiempo, principalmente con el acceso a las tecnologías de la información, uno de los medios publicitarios más antiguos es el periódico que actualmente sigue siendo utilizado, pero ha estado perdiendo su relevancia frente a otros mercados como el internet.

Conclusión

La función de organización en un HOTEL se encarga de la identificación de cada una de las actividades a realizar, de su agrupamiento por departamentos, de la asignación a cada grupo de un administrador o supervisor y de establecer las medidas necesarias para la coordinación en la compañía. En función de las características del entorno, de las estrategias y objetivos genéricos de la empresa, de la tecnología utilizada, del tamaño de la compañía, de su expansión geográfica, etc., la empresa hotelera una estructura organizativa determinada.