



**Nombre del alumno: Roblero Vázquez Paulo Sergio**

**Nombre del profesor: Karina Mari cruz Pérez**

**Nombre del trabajo: Super nota**

**Materia: Relaciones publicas**

**Grado: 7mo**

**Grupo: A-13 Administración Y Estrategias de negocios**

Comitán de Domínguez Chiapas a 9 de octubre



## RELACIONES PÚBLICAS EN ORGANIZACIONES TURÍSTICAS

Las relaciones públicas son comunicación de ligas mayores, son 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,

Un organismo representativo es una asociación que agrupa personas, instituciones, corporaciones u organizaciones que tienen intereses comunes

Un factor más a considerar para ciertos productos o campañas son las limitaciones legales ya que, con independencia de otros requisitos sobre el mensaje, restringen total o parcialmente el uso de determinados medios. Así ocurre con la publicidad de tabaco y bebidas alcohólicas o con la publicidad electoral.

Actualmente es necesario que el funcionario de relaciones públicas de una organización aplique un amplio criterio sobre los problemas particulares del sector que representa. Debe pensar no sólo en términos de los probables efectos de sus acciones en la opinión de los diferentes públicos de la institución, sino también en sus diversas implicaciones sociales.

el correcto aprovechamiento y difusión de sus instalaciones es, más que para cualquier otro tipo de empresas, de vital importancia, ya que sus instalaciones son el producto mismo. La importancia que para la empresa hotelera tienen las relaciones públicas es precisamente,

Las relaciones públicas no son exclusivamente una nota informativa publicada en un periódico, alabando instalaciones o elogiando la atención recibida

La conveniencia y las ventajas que han mostrado los organismos representativos –también conocidos como organismos intermedios– superan cualquier limitación o desventaja de su funcionamiento.

para compartir experiencias entre los individuos, empresas o instituciones que se dedican a una misma actividad o que tienen intereses comunes. Por otra, los beneficios de estas experiencias compartidas se aplican democráticamente

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

