



Mi Universidad

CUADRO SINOPTICO

Nombre del Alumno: DIEG IGNACIO CRISTIANI RAMOS

Nombre del tema:

Parcial: 4

Nombre de la Materia: RELACIONES PUBLICAS

Nombre del profesor: KARINA MARICRUZ

Nombre de la Licenciatura: ESTRATEGIAS DE NEGOCIOS

Cuatrimestre:

UNIDAD 4

4.1 La función de relaciones públicas

Toda actividad de relaciones pensada en la Comunicación Estratégica basada en Investigación, Planificación, Comunicación y Evaluación (IPCE) y dentro de sus finalidades

Gestión de las comunicaciones internas: es de suma importancia conocer a los recursos humanos de la institución y que éstos a su vez conozcan las políticas institucionales.

4.2 Coordinación de las relaciones públicas

Para una institución hotelera, 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.

apoyar los esfuerzos de ventas y de operación de cada uno de los hoteles, haciendo notar a los huéspedes los servicios e instalaciones con que cuenta el hotel y atendiendo personalmente a cada uno, si esto es posible

4.3 Eficiencia encendedora de la publicidad

Como empresario son muchos los aspectos a tener en cuenta antes de tomar la difícil decisión de realizar o no, una campaña publicitaria. Elegir agencia de publicidad, definir a tu consumidor meta, seleccionar los medios en los que anunciarte y, lo más complicado de todo, decidir qué parte de tu cuenta de beneficios se va a destinar a la acción publicitaria

4.3 Eficiencia encendedora de la publicidad

Definimos como asesoría externa a la práctica externa de RRPP que consiste en proveer de servicios específicos, técnicos y creativos por parte de un grupo cualificado en función de su experiencia y formación a otra empresa ajena a ella

Instrumentos

Consultoría externa La empresa puede contar con los servicios de asesores en relaciones públicas para que, a nivel nacional, proporcionen apoyo a cada uno de los hoteles según sus diferentes necesidades.

Aniversario de una cadena hotelera.

Contratamos los servicios generales a una consultora externa. Llevaremos a cabo las siguientes acciones: Asistentes privados /VIP (los decide la empresa) Asistentes de prensa (los pone la consultora) Mandamos la convocatoria de prensa con las notas de prensa. Realizamos y enviamos las invitaciones para privados y VIP

Pros y contras de la contratación de una consultora de relaciones pública

Valoración superficial de los problemas: no entender las necesidades del cliente

Objetividad: nueva perspectiva ◊ soluciones nuevas •

Cualificación y experiencia: tiene especialistas