



PASIÓN POR EDUCAR

Nombre del alumno: Limberg Albores Montoya

Nombre del profesor: Karina Maricruz Perez

Nombre del trabajo: Mapa Conceptual

Materia: Relaciones Publicas

Grado: 7mo Cuatrimestre

Grupo: Único

PASIÓN POR EDUCAR

Comitán de Domínguez Chiapas a 24 de septiembre del 2021.

RELACIONES PÚBLICAS Y PUBLICIDAD

Antecedentes históricos

Las relaciones públicas en México datan de tiempos precolombinos

En agosto de 1978, México encabezó la primera Asamblea Mundial de Asociaciones de Relaciones Públicas

Nuestros ancestros ya realizaban ciertas funciones de relaciones públicas

Fue fundada en 1996 y algunos de sus principales objetivos son:

Porque

Entendían la naturaleza y la importancia que tiene contar con las personas para alcanzar objetivos específicos

□ Promover el conocimiento y la profesionalización de las relaciones públicas en México.

□ Facilitar el intercambio de experiencias profesionales.

□ Abrir nuevos mercados para las relaciones públicas en el país.

□ Asegurar la ética profesional de los asociados.

RELACIONES PÚBLICAS Y PUBLICIDAD

Funciones de la publicidad y las relaciones públicas

La publicidad es una herramienta esencial del marketing

Funciones fundamentales

Función informativa

Función persuasiva

Función económica

Función financiadora

Función sustitutiva

Función estereotipadora

Función desproblematicadora

Finalidad

No sólo necesita dar a conocer, informar, necesita persuadir, convencer, para lo que le resultan válidos todo tipo de argumentos

necesita ser rentable creando nuevas necesidades, creando nuevos consumidores.

Es

La publicidad no presenta sino una representación manipulada de la realidad

Se tiende a unificar gustos, hábitos de comportamiento y de vida

El mundo que nos muestra la publicidad rara vez deja de ser un mundo fascinador, sin problemas ni tensiones

La publicidad uno de los principales medios de financiación para todos los medios de comunicación

Dar a conocer un producto y para ello recurre no sólo a la imagen, sino también al texto y/o la palabra

RELACIONES PÚBLICAS Y PUBLICIDAD

Beneficios objetivos y tareas específicas internas y externas

Los objetivos del Marketing

Algunos objetivos que se pueden perseguir o se conseguirán gracias a una buena estrategia de Relaciones Públicas son

Las Relaciones Públicas abarcan un gran abanico de actividades

Funciones del director y asesor de relaciones públicas

Funciones más comunes

Directivos y empleados

La comunicación con los empleados es elemental

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

Primer sondeo

Segundo sondeo

Tiene como fin obtener una idea general o panorámica de las opiniones tanto buenas como malas del personal

Se deberá empezar por definir claramente los objetivos de la misma para

Deben basarse en acciones programadas y consistentes para lograr persuadir

- Consolidación y proyección de la imagen de la organización
- Generar opinión pública
- Comunicación de doble vía con los sectores involucrados
- Publicidad institucional de la empresa
- Afianzamiento del factor humano

- Se clasifican en
- Análisis de la imagen organizacional en los medios de difusión
 - Campañas de imagen corporativa
 - Comunicación y promoción
 - Estrategias y programas de manejo de la comunicación en situaciones de crisis
 - Entrenamiento en relaciones con medios de difusión

- Dirigir y evaluar los departamentos de la empresa
- 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
- Trabajar en conjunto con los Gerentes de Mercadeo y Publicidad

Labores diarias

- Diseñar vías de comunicación efectivas para que los clientes puedan interactuar con el público.
- Desarrollar y conservar la imagen e identidad corporativa de la empresa o cliente.
- Asistir e informar a los ejecutivos y voceros de una organización.
- Diseñar e implementar programas de comunicación y promoción.
- Supervisar y monitorear las actividades designadas

- Servir de apoyo al área de comercialización
- Realización de campañas destinadas a promover y hacer conocer aspectos determinados de la empresa
- Difusión a nivel de prensa
- Ceremonial y protocolo
- Atraer buen personal y reducir el riesgo de los trabajadores

RELACIONES PÚBLICAS Y PUBLICIDAD

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

Los directores de relaciones públicas establecen relaciones con la prensa

Los directores de relaciones públicas tienen que mantenerse dentro de su presupuesto

Hay dos maneras de trabajar en relaciones públicas

- Con exclusividad
- Una consultoría

Influencia sobre la organización

Las relaciones públicas vienen a representar la herramienta administrativa

Para lograr lo mencionado en la lámina anterior, las relaciones públicas trabajan con diversos intangibles como lo son

- 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

Influencia sobre la dirección de vetas y los clientes

Cliente externo

- El único capacitado para definir lo que es calidad es el cliente (Interno - Externo).
- Nos interesa la calidad percibida y el sentimiento de valor.
- Para satisfacer al cliente hay que conocer sus expectativas y retroalimentarnos de sus percepciones.
- Todo en la empresa es producto

Establecer canales relacionales reales dentro de la organización aproxima a los diferentes actores dentro del proceso empresarial

RELACIONES PÚBLICAS Y PUBLICIDAD

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

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

EL GOBIERNO COMO COORDINADOR

Se realiza con el fin de lograr un desarrollo armónico y equilibrado del país

EL GOBIERNO COMO COMPETIDOR

El gobierno compete con la iniciativa privada en muy diversas ramas de las actividades económicas

EL GOBIERNO COMO FUENTE DE INFORMACIÓN

A través de entidades tales como la Secretaría de Programación y Presupuesto.

Relaciones públicas con otros organismos

RELACIONES CON EL PERIÓDICO

Las empresas pueden obtener asesoría para dirigirse al público indicado

Cada vez más instituciones, ya sean estatales o privadas, otorgan más importancia a sus labores de comunicación

RELACIONES CON LA PRENSA

Las buenas relaciones que se establezcan con la prensa deben iniciarse considerando a la misma como un público y no primordialmente como un instrumento

LAS RELACIONES PÚBLICAS BÁSICAS PARA LOS ORGANISMOS NO LUCRATIVOS

Las relaciones públicas para actividades sin fines de lucro, son hoy una disciplina esencial para optimizar la administración y el sustento de toda entidad sin fin de lucro