



Nombre del alumno: Roblero Vázquez Paulo Sergio

Nombre del profesor: Karina Maricruz Pérez

Nombre del trabajo: Cuadro Sinóptico

Materia: Relaciones Publicas

Grado: 7mo

Grupo: A-13 Administración Y Estrategias de negocios

Comitán de Domínguez Chiapas a 23 de noviembre del 2021

ORGANIZACIÓN DE LA FUNCIÓN DE RELACIONES PÚBLICAS

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 está la gestión de la identidad corporativa, mediante el desempeño de las siguientes funciones

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, ya que no se puede comunicar aquello que se desconoce

Gestión de las comunicaciones externas: toda institución debe darse a conocer a sí misma y a su accionariado

Funciones humanísticas: resulta fundamental que la información que se transmite sea siempre veraz, ya que la confianza del público es la que permite el crecimiento

Análisis y comprensión de la opinión pública: Edward Bernays, considerado el padre de las relaciones públicas, afirmaba que es necesario persuadir

Trabajo conjunto con otras disciplinas y áreas: el trabajo de toda relación pública debe tener una sólida base humanista con formación en psicología

Coordinación de las relaciones públicas con las actividades de la organización turística.

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, al hablar de un hotel, se habla de sus instalaciones, sus servicios, su gente, su localización y los beneficios que, en comparación con otros hoteles, proporciona a sus huéspedes.

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

Eficiencia encendedora de la publicidad.

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

Este concepto ha sido el instrumento habitualmente utilizado para medir los resultados de una campaña publicitaria o anuncio.

eficacia publicitaria depende de muchos factores. Hemos de decir que, puesto que no se trata de una ciencia exacta, no siempre es fácil determinar hasta qué punto los beneficios que ha experimentado una empresa en un determinado periodo de tiempo son causa directa de una acción publicitaria determinada o, por el contrario, provienen de otras variantes del marketing

La función de asesoría en la organización.

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.

El cliente (para una asesoría externa) es la organización, individuo p grupo de individuos que contrata los servicios profesionales de una asesoría externa de RRPP para el logro de un programa acordado con fines de asesoramiento continuado o para una actividad concreta durante un período específico de tiempo.

Es un hecho que cada día más empresas llevan a cabo acciones sistemáticas para mejorar su vinculación con aquellos grupos de interés para la actividad que desarrollan, como clientes, proveedores, accionistas, autoridades gubernamentales, medios de comunicación, etcétera

**ORGANIZACIÓN DE LA
FUNCIÓN DE RELACIONES
PÚBLICAS**

Es un hecho que cada día más empresas llevan a cabo acciones sistemáticas para mejorar su vinculación con aquellos grupos de interés para la actividad que desarrollan, como clientes, proveedores, accionistas, autoridades gubernamentales, medios de comunicación, etcétera

La tarea de un consultor consiste en contribuir para el diagnóstico de la relación de una organización con sus públicos clave; también elabora estrategias y planes de acción basados en los hallazgos de dicho diagnóstico, encaminados a modificar la percepción