



Nombre de alumno: Gilary Garduño Alvarez

Nombre Del Profesor: Karina Maricruz Perez

Nombre Del Trabajo: Cuadro Sinóptico

Materia: Relaciones Públicas

PASIÓN POR EDUCAR

Grado: 7mo Cuatrimestre

Grupo: A

Comitán de Domínguez Chiapas a 25 de noviembre de 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
- Gestión de las comunicaciones externas
- Funciones humanísticas
- Análisis y comprensión de la opinión pública
- Trabajo conjunto con otras disciplinas y áreas

Las herramientas de las que se valen las relaciones públicas para cumplir con sus objetivos y funciones son muchas y diversas:

La organización de eventos.
Los grupos de presión.
Planes de responsabilidad social.

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

Las relaciones públicas no son exclusivamente una nota informativa publicada en un periódico, alabando instalaciones o elogiando la atención recibida; son el resultado positivo de esas instalaciones y esa atención, por lo que para una empresa hotelera las relaciones públicas y el servicio a clientes se unen y complementan.

1. Es conveniente la elaboración de un calendario de actividades para las diferentes áreas públicas, bares y restaurantes del hotel que desde luego represente un beneficio económico para la empresa.
2. La planeación y ejecución de eventos especiales que no representen carga financiera para el hotel, sino que, por el contrario, aumenten su ingreso.
3. La programación de eventos, tanto públicos como privados, para atraer a los residentes locales al hotel.
4. Ordenar y seleccionar fotografías para boletines internos y externos, con el propósito de llamar la atención de los huéspedes que se registren en el hotel respecto a los múltiples servicios con que cuentan éste, así como notas de interés especial.

Eficiencia encendedora de la publicidad.

La eficacia publicitaria se debe definir en función de los objetos publicitarios. Por lo tanto, una acción publicitaria será eficaz siempre y cuando cumpla los objetivos para los que fue ideada.

Para poder determinar si tu acción publicitaria ha sido o no eficaz, debes asegurarte primero de que los objetivos que marques cumplan los siguientes requisitos:

- Deben ser específicos y medibles.
- Debes conocer en qué condiciones de partida se establecen para evitar fijar objetivos que ya se han alcanzado.
- Deben tener un público objetivo perfectamente definido.
- Han de establecerse para un período de tiempo determinado

La función de asesoría en la organización.

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.

El uso de outsourcing se generaliza cada día en las empresas, y las áreas de comunicación y relaciones públicas no son la excepción. La contratación de un consultor externo en relaciones públicas puede sustituir o complementar el trabajo de un departamento interno de esta especialidad.

El cliente (para una asesoría externa) es la organización, individuo o 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.