

**Alumno:** **Aracely Matías Díaz**

**Profesor:** **Ing. Darely Eunice Santizo Gutiérrez**

**Actividad:** **Cuadro sinóptico (Relaciones públicas y publicidad)**

**Materia:** **Relaciones públicas**

**Grado:** **7° Cuatrimestre/LAE**

**Grupo:** **“A”**

**RELACIONES PÚBLICAS Y PUBLICIDAD**

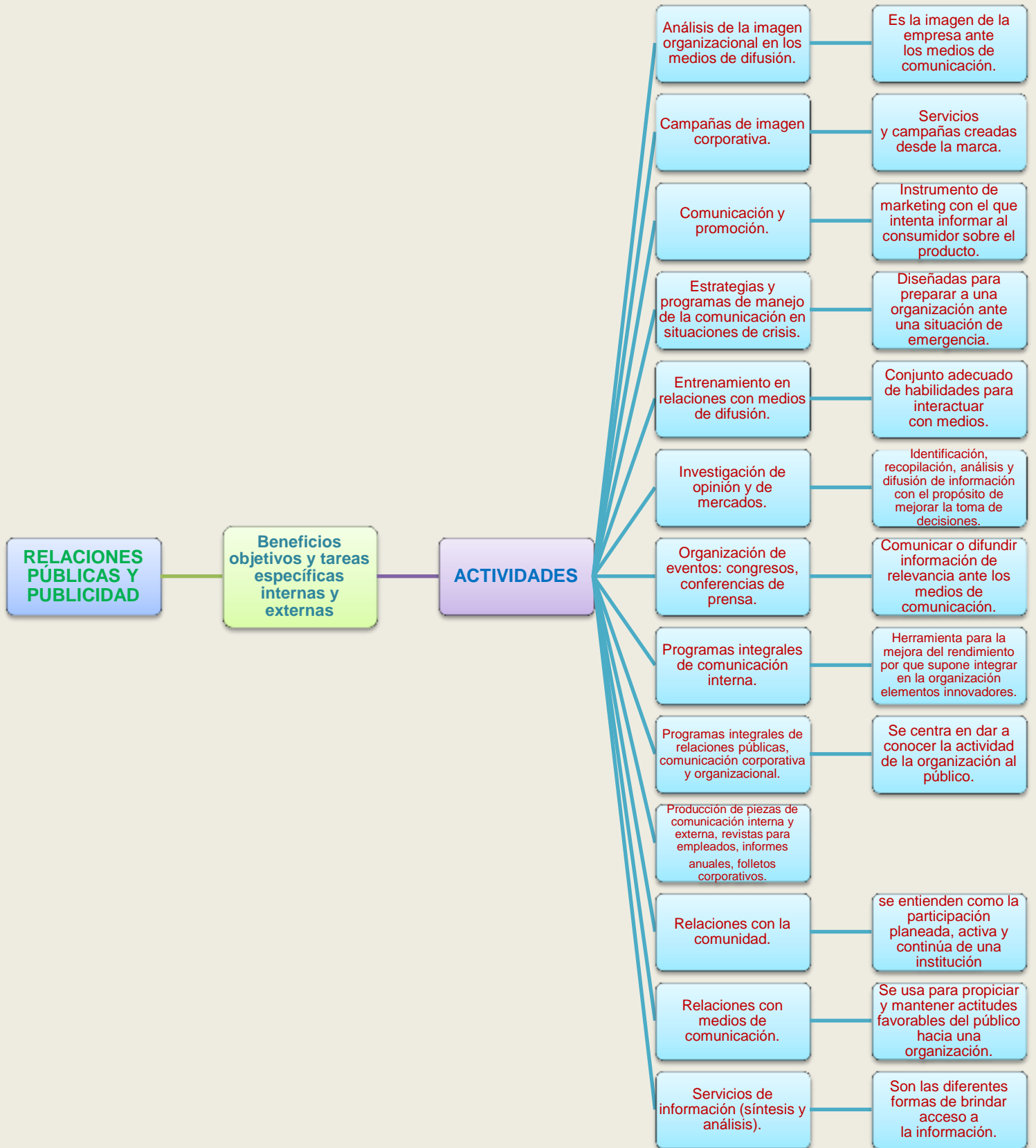
**Funciones de la publicidad y las relaciones públicas**

**FUNCIONES FUNDAMENTALES**

- Función informativa. (Dar a conocer un producto) → Mediante la imagen, el texto y/o la palabra.
- Función persuasiva. (Necesita persuadir) → Resultan válidos todo tipo de argumentos.
- Función económica. (Obtener beneficios, ser rentable) → Creando nuevas necesidades, y nuevos consumidores.
- Consolidación y proyección de la imagen de la organización. → Una imagen positiva viene determinada por la trayectoria empresarial y la cultura de la propia organización.
- Generar opinión pública. → Tendencia o preferencia, real o estimulada, de una sociedad o de un individuo hacia hechos sociales que le reporten interés.
- Comunicación de doble vía con los sectores involucrados. → Para que la sostenibilidad sea un pilar fundamental del desarrollo en los sectores económicos.
- Publicidad institucional de la empresa. → Se indica que es la empresa no el producto, lo que se anuncia.
- Afianzamiento del factor humano. → Servir de apoyo al área de comercialización. • Realización de campañas destinadas a promover y hacer conocer.
- Servir de apoyo al área de comercialización.
- Realización de campañas destinadas a promover y hacer conocer aspectos determinados de la empresa. → Campaña publicitaria, posicionamiento, publicidad, marca, ventas.
- Difusión a nivel de prensa. → Texto periodístico, Debe despertar el interés de los periodistas.
- Ceremonial y protocolo. → Diseñar, organizar e implementar la logística y el desarrollo de actos.
- Atraer buen personal y reducir el riesgo de los trabajadores. → Ofrecer las mejores condiciones. Reconocer los logros. Establecer el salario emocional. Apoyar al desarrollo.
- Prevenir conflictos y malas interpretaciones. → Lograr que los empleados cuenten con la información más relevante para el desempeño de sus funciones.
- Fomento del respeto mutuo y la responsabilidad social. → Postura ética permanente de las empresas en el mercado de consumo y la sociedad.

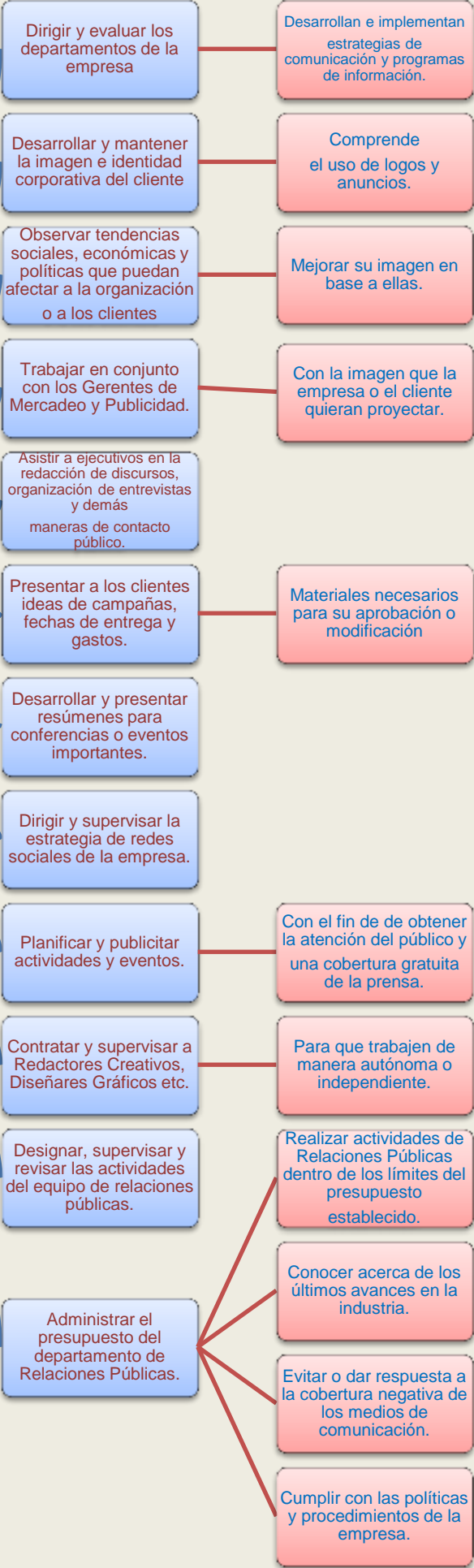
**Beneficios objetivos y tareas específicas internas y externas**

**OBJETIVOS**



**RELACIONES PÚBLICAS Y PUBLICIDAD**

**Funciones del director y asesor de relaciones públicas**



# RELACIONES PÚBLICAS Y PUBLICIDAD

Funciones del director y asesor de relaciones públicas

LABORES DIARIAS

Decidir cuál comunicado será enviado a los medios de comunicación.

Identificar grupos y audiencias relevantes.

Designar a un vocero o fuente de información para atender a los medios de comunicación.

Diseñar vías de comunicación 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 a distintos miembros del equipo.

Directivos y empleados: vehículos de relaciones públicas

PRIMER SONDEO (RECOMENDACIONES)

No preocuparse demasiado por determinar una muestra exacta de los empleados a entrevistar.

Incluir bastantes preguntas "abiertas".

Aquellas en las que no se ofrezcan respuestas alternativas al entrevistado para que escoja la que desee.

Hacer saber a los entrevistados que en los informes de la investigación no aparecerán sus nombres.

A fin de que sus respuestas no se vean afectadas por temores.

Las respuestas del personal a las preguntas abiertas deben ser transcritas al pie de la letra.

SEGUNDO SONDEO.

Conveniente emplear preguntas "cerradas".

Aquellas para las que se ofrecen múltiples respuestas alternativas.

No es conveniente emplear un cuestionario extenso, con demasiadas preguntas de una sola vez.

Debe facilitarse la ocasión para que el entrevistado agregue algún comentario por propia iniciativa.

Los cuestionarios deben ser llenados de preferencia por el encuestador.

Es conveniente ahorrar tiempo y dinero limitando razonablemente el número de personas que se vayan a encuestar.

Cuando el personal de la empresa sea muy numeroso.

# 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

### Relaciones públicas

Consiste en la creación de conciencia sobre la empresa y el mantenimiento a largo plazo del entendimiento entre una empresa y su público.

Los directores de relaciones públicas a veces deben desplazarse dentro de un área local, nacional e incluso internacional

En función del perfil de la empresa para la que trabajan y del grado de responsabilidad que tengan.

### El 'público'

refiere a cualquier grupo con el que la empresa tiene relación.

Clientes o accionistas, gobierno, medios de comunicación, comunidades locales, y por último, la sociedad en general

### Perfil profesional

Redactar con un estilo claro y conciso.

Prestar mucha atención a los detalles y también a imágenes .

Habilidades de investigación.

Ser creativo.

Buenas habilidades de comunicación verbal, de negociación y de presentación, y una buena oratoria.

Hablar y escribir con capacidad de persuasión.

Habilidades de edición.

Trabajar bien en equipo.

Ser discreto y diplomático.

Habilidades de gestión del tiempo.

Planificar, organizar y coordinar varios proyectos al mismo tiempo.

Habilidades de gestión financiera para el establecimiento de presupuestos.

Mucha energía.