



Nombre de alumnos: Rodríguez López Layzsa

Nombre del profesor: Lic. Darely Eunice Santizo

Nombre del trabajo: Actividad 1. Cuadro sinóptico “relaciones públicas y publicidad”

Materia: Relaciones Publicas

Grado: 7 LAE

Grupo: A

Frontera Comalapa, Chiapas a 7 de noviembre del 2021

RELACIONES PÚBLICAS Y PUBLICIDAD.

Definición de RP

- Serie de acciones estratégicas desarrolladas en un determinado tiempo con el objetivo de crear vínculos y comunicación.
- También son una herramienta más de la comunicación empresaria

Antecedentes

- Las RP en México datan de tiempos precolombinos
 - Los aztecas se percataron de la importancia de escuchar la opinión de los demás.
 - Existían los Tecuhtli, quienes oían las quejas y las opiniones del pueblo.
- Revolución mexicana en 1910.
 - Zapata también se percató de la importancia de influir en la opinión pública.
- Agosto de 1978
 - México encabezó la primera Asamblea Mundial de Asociaciones de Relaciones Públicas.

Funciones de las relaciones públicas y la publicidad.

- Funciones Fundamentales.
 - Informativa
 - Su fin es dar a conocer un producto.
 - Persuasiva.
 - Necesita persuadir, convencer, para lo que le resultan válidos todo tipo de argumentos
 - Económica
 - Necesita ser rentable.
- Funciones que la publicidad busca cumplir en nuestra sociedad.
 - Financiadora.
 - Es la publicidad uno de los principales medios de financiación para todos los medios de comunicación.
 - Sustitutiva.
 - Presenta una representación manipulada de la realidad.
 - Estereotipadora.
 - Además de promocionar productos, la publicidad nos ofrece modelos de vida y referentes culturales.
 - Desproblematizadora.
 - La publicidad nos ofrece el lado "bello" de la vida al que accederemos gracias al consumo.
- Habilidades de un RP.
 - Poseer conocimiento externo e interno.
 - Debe ser proactivo.
 - Altamente sociable.
 - Tener múltiples redes de contacto.
 - Saber manejar conflictos.
 - Tener rasgos de liderazgo y emprendimiento.
 - Poseer poder del convencimiento.

RELACIONES PÚBLICAS Y PUBLICIDAD.

Beneficios objetivos y actividades específicas internas y externas.

Objetivos

- Consolidación y proyección de la imagen de la organización.
- Generar opinión pública.
- Afianzamiento del factor humano.
- Apoyar al área de comercialización.
- Traer buen personal.
- Prevenir conflictos y malas interpretaciones.

Actividades

- Análisis de la imagen organizacional en los medios de difusión.
- Campañas de imagen corporativa.
- Comunicación y promoción.
- Investigación de opinión de mercados.
- Organización de eventos.
- Relaciones con medio de comunicación.
- Proyectar una imagen de la identidad corporativa de las empresas.
- Investigar el mercado para analizar tendencias y opiniones de los consumidores.

Funciones del director y asesor de RP.

- Dirigir y evaluar los departamentos de la empresa.
- Desarrollar y mantener la imagen e identidad corporativa del cliente.
- Observar tendencias sociales, económicas y políticas.
- Dirigir y supervisar la estrategia de redes sociales.
- Llevar a cabo la planificación y ejecución de inauguraciones.

La dirección y las RP.

Establecen relaciones con la prensa y los medios de comunicación.

Hay dos maneras de trabajar en RP

Con exclusivida

Donde el director de relaciones públicas trabaja para una sola empresa.

En una consultoría.

Donde el director trabaja con una serie de empresas.

Otros conceptos relacionados.

Marketing.

- Busca identificar aquellas necesidades y deseos del mercado objetivo de una empresa.
- Crea estrategias para activar demanda de algún producto o servicio.
- Se rige a través de 4 factores: precio, producto, distribución y comunicación.

Publicidad.

- Herramienta del marketing.
- Su principal objetivo es informar la existencia de un producto o servicio.

Branding

- Lograr la opinión global de la empresa.
- Proyectar una imagen objetiva en el consumidor con solo escuchar el nombre de la marca.
- Es un soporte de la publicidad, ayuda a que la marca sea atractiva