

**NOMBRE DE LA
ESCUELA:**
UNIVERSIDAD DEL
SURESTE

DOCENTE: SANDRA
GALVEZ MONTERROZA

NOMBRE DEL ALUMNO:
RAYBEL GOMEZ
MORENO

ACTIVIDAD: ENSAYO

CUATRIMESTRE: 7°

TEMA: RELACIONES
PÚBLICAS Y
PUBLICIDAD.

GRUPO: A

FECHA: 12 DE
NOVIEMBRE DEL 2022

Relaciones públicas

Las relaciones públicas es una aportación que da a las organizaciones con la capacidad de participar ante la sociedad, también crea confianza hacia las personas, las principales organizaciones las hacen a través de los medios de comunicación, tales como el internet, radio, periódico o bien se hace mediante televisión, toda esa información viene en las relaciones públicas.

Por otra parte, las relaciones públicas es el arte y a ciencia de analizar las tendencias para poder asesorar a los líderes de cada organización y poner en práctica todos los programas que se ha planificado en las organizaciones y llevarlo a cabo con el público. La reacción propone objetivos en las cuales son: promover el conocimiento y profesionalismo de las relaciones públicas en México, abrir nuevos mercados, facilitar el intercambio de experiencias, asegura la ética profesional.

Función de la publicidad y las relaciones públicas

La publicidad es una herramienta esencial del marketing, ya que hace que las ventas incrementan y estimula una demanda. Existen tres funcionalidades en las cuales son: función informativa, función persuasiva, función económica

La publicidad es uno de los grandes motores de la sociedad, hace que la información sea expandida en otros lugares, a través de los anuncios publicitarios los clientes conocen los productos.

Beneficios objetivos y tareas específicas internas y externas.

Las empresas a veces suelen contactar los servicios de agencias de relaciones con el objetivo de alcanzar objetivos en el mercado, el marketing tiene objetivo persuadir, motivar al mercado con el fin de adquirir nuestros productos o servicios. En este servicio es importante ejecutar de manera disciplinada para que así mejore el nivel de comprensión y confianza.

Funciones del director y asesor de 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. tiene relación y pueden incluir o bien, clientes o accionistas, gobierno. Esto implica una serie de tareas que incluyen la redacción de informes y discursos, la preparación de comunicados de prensa.

Los directores de relaciones públicas deben desarrollar buenos contactos con los medios de comunicación y animarlos a cubrir las noticias de la empresa. También deben construir buenas relaciones con los diferentes grupos de público. Se aseguran de que las líneas de comunicación entre las empresas a las que representan y estos grupos sean claros, abiertos y honestos

Directivos y empleados.

La comunicación hacia los empleados es fundamental, esto les permite estar bien informados acerca de sus instituciones y a la vez fomentará que le digan a los directivos lo que piensan. Los empleados bien informados, se desempeñan mejor en su trabajo además son los principales transmisores de su institución fuera del trabajo, de esta forma se influye positivamente en las relaciones con los clientes, inversionistas, medios de comunicación entre otros.

La principal función de relaciones públicas con respecto a las relaciones de trabajo debe ser armonioso y tiene que tratar de mantener las relaciones en un plano que reconozca los derechos de los demás.

El especialista de relaciones públicas que practica esta profesión procura mejorar las relaciones con los empleados y las condiciones del trabajo, logra el mejoramiento por medio de programas adecuados de relaciones en las que incluirán garantías de seguridad y planes educacionales.

Dirección y relaciones públicas.

La dirección de Relaciones Públicas se ha convertido en la obra más influyente en la materia, siendo una de las mejores herramientas para los profesionistas de la comunicación empresarial de todo el mundo también se encargan de construir y gestionar la imagen de una empresa de cara al público en general y a los medios

de comunicación. Sus funciones pueden ser la redacción de comunicados de prensa, la preparación de declaraciones de prensa, la organización de visitas, exposiciones y eventos varios.

Influencia sobre la organización.

representar la herramienta administrativa o disciplina mediante una gestión estratégica, lograr diferenciar a la organización de sus competidoras. Las relaciones públicas trabajan con diversos intangibles como lo son: Establecer una diferenciación.

Adecuar los mensajes a las distintas audiencias, 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, Identificar las necesidades de los consumidores o usuarios, Establecer una comunicación continua con los públicos, Construir alianzas y sociedades, Construir conciencia y visibilidad.

Influencia sobre la dirección de ventas y los clientes.

Sostener las ventas de la empresa es una enorme responsabilidad, y esta posición se ejerce los resultados futuros El gestor de esto debe tener un amplio sentido de negocio y poseer un amplio competencias para su cargo; uno de ellos es la habilidad para estimular las relaciones públicas desde su posición o utilizando las posibilidades que le puede brindar su compañía desde áreas dedicadas y especializadas en este asunto.