

UNIVERSIDAD DEL SURESTE

Nombre de alumno: Valeria
Gutiérrez Gutiérrez

Nombre del profesor: Gerardo
Garduño

Nombre del trabajo: Mapa
conceptual

Materia: Relaciones Públicas

Grado: 7°

PASIÓN POR EDUCAR

06 de diciembre de 2022

LA EMPRESA Y LAS RELACIONES PÚBLICAS

LAS RELACIONES PÚBLICAS COMO PROCESO

El trabajo de esta ciencia consiste en, mediante profundos conocimientos en ciencias económicas, sociales, empresariales, políticas y la aplicación de éstas a técnicas de comunicación unida a gestiones personales, difundir, propagar e informar estratégicamente a tiempo y en el momento oportuno, sobre las personas, mercados, situaciones u organizaciones en función de la imagen que desprendamos en la zona de influencia en donde ejercemos nuestra actividad, para que se nos respete y diferencie del resto, generando credibilidad y confianza por la calidad y contenidos de nuestros productos, servicios, organizaciones u otros.

ETAPAS DE LAS RELACIONES PÚBLICAS.

- Investigación
En esta primera etapa (que algunos llaman Auditoría de la Imagen) se deben sondear las opiniones, las actitudes y las reacciones de los públicos y analizar después toda la información obtenida
- Método cuantitativo
Los métodos cuantitativos son pruebas que analizan la realidad y traducen su resultado con valores numéricos. Estos instrumentos permiten obtener información más precisa y confiable.
- Métodos cualitativos
Los métodos cualitativos son fuentes de información basados en la observación de la conducta de los consumidores que dan cuenta de la real situación de la imagen.
- Planificación
Consiste en relacionar las actitudes, opiniones, ideas y respuestas de los públicos con la política y las acciones de la organización. De este modo se determina la posición y el curso que siguen los intereses de ambas partes.
- Comunicación
En esta instancia está comprometida toda la organización porque se desarrollan las acciones programadas.

INFLUENCIA SOBRE LA ORGANIZACIÓN.

Las relaciones públicas vienen a representar la herramienta administrativa y/o disciplina que, mediante una gestión estratégica, logra diferenciar a la organización de sus competidoras. He aquí su importancia. Según una gran gama de estudios de mercado, Facebook se ha posicionado como la red social de mayor uso en todo el mundo. Mercedes-Benz insiste en su interés en ofrecer coches más emocionales, dirigidos a un público más joven del habitual en el target de la marca alemana.

RELACIONES PÚBLICAS EMPRESARIALES.

Las Relaciones Públicas empresariales están basadas no sólo en una imagen que la opinión pública tiene, mejor o peor, de la empresa, sino en la propia realidad empresarial de la misma ya que deben ir acordes siempre los resultados y contenido de la empresa con la imagen que ésta desprendan, no podemos pensar en transmitir una buena imagen si interiormente existen conflictos.

IMPORTANCIA DE LAS RELACIONES PÚBLICAS PARA LAS EMPRESAS.

Las Relaciones Públicas están al servicio de una gran variedad de instituciones de la sociedad, como grupos de negocios, corporaciones, agencias gubernamentales, asociaciones de voluntarios, fundaciones, hospitales, escuelas, universidades e instituciones religiosas. Como función directiva, las Relaciones Públicas abarcan los siguientes puntos: Anticipar, analizar e interpretar la opinión pública, así como las actitudes y asuntos que puedan tener repercusión en la organización. Asesorar a todos los niveles de dirección de la organización respecto de las decisiones estratégicas, líneas de conducta y comunicación.