

UNIVERSIDAD DEL SURESTE

Nombre de alumno: Valeria
Gutiérrez Gutiérrez

Nombre del profesor: Gerardo
Garduño

Nombre del trabajo: Super Nota

Materia: Relaciones Públicas

Grado: 7°

PASIÓN POR EDUCAR

15 de noviembre de 2022

GENERALIDADES DE LAS RELACIONES PÚBLICAS

Podríamos decir que la comunicación es una de las herramientas más antiguas que existen. Desde el comienzo de la civilización, los seres humanos han mostrado una necesidad imperiosa de comunicarse y las técnicas se han ido perfeccionando a largo de los siglos.

Orígenes de las Relaciones Públicas como profesión.

Las Relaciones Públicas (RR.PP.) es una disciplina de La Comunicación Social relativamente reciente. Las primeras prácticas que se pueden considerar de RR.PP. se evidenciaron en Estados Unidos a inicio del siglo XX, por lo que su historia comienza entre finales del siglo XIX y principios del XX. El contexto social del momento (1865-1900) en Estados Unidos era de una gran depresión económica, donde las empresas no eran bien vistas por la sociedad, momentos de crisis, huelgas en las industrias, hambre y miseria generalizada, se desconfiaba mucho de las empresas, se percibían como organizaciones sucias y oscuras, con actividades poco claras, manejadas con mucho secretismo. Siendo práctica común que no facilitaran información interna por temor a la denuncia social y cuando se afectaba su imagen corporativa acudían a mentiras y a las falsas noticias.

Un concepto de las relaciones públicas las define como el manejo estratégico de las relaciones entre una organización o institución y sus diversas audiencias objetivo, cuyo propósito es incrementar el posicionamiento de marca, estimular las ventas, facilitar las comunicaciones y establecer relaciones entre las audiencias objetivo, la empresa y su marca.

Las relaciones públicas son “la fuente creíble” que cuando el mensaje de tercera parte objetiva se escucha, se lee o se ve, el mensaje es más persuasivo.

¿Para qué sirven las relaciones públicas?

- Crear conciencia y percepciones; difundir y responder a requerimientos específicos de información.
- Provocar actitudes y comportamientos para lograr apoyo/ soporte/ obtener entendimiento/ conocimiento/ neutralidad.

- Formar una reputación y generar resultados.

Objetivo

-Crear un espacio propicio y positivo que genera mejores oportunidades de negocio al posicionar correctamente a la entidad en la mente y el corazón de las audiencias objetivo.

¿Realmente necesita desarrollar un programa formal de relaciones públicas?

Esta es en realidad una pregunta retórica, pues toda entidad tiene y conduce relaciones públicas y, por tanto, debe desarrollar un programa para administrarlas inteligentemente.

El término relaciones públicas se define como todas las relaciones internas y externas que una entidad mantiene con sus audiencias objetivo, comúnmente referidos como grupos de interés o *stakeholders*; aquellos grupos cuyas actitudes y acciones influyen y pueden ser influidas por la entidad.

La pregunta no es entonces si necesita desarrollar un programa de relaciones públicas, sino la forma en que se desean manejar la complejidad de análisis, planeación, acción, comunicación y evaluación que éstas implican, para lo que son necesarios conocimientos y habilidades específicas.

El proceso se realiza de la entidad hacia las audiencias objetivo seleccionadas, actuando a través de:

- **Recursos Internos** de la entidad que coadyuvan al proceso de comunicación.
- **Recursos Externos** especializados en el proceso de comunicación.

Hay entidades que deciden manejar las actividades de RRPP de manera interna a la organización, o bien, optan por contratar una agencia especializada en relaciones públicas el cual en ocasiones puede brindar un servicio más completo y con una visión actual y global.

Una agencia de relaciones públicas debe:

- Proveer una perspectiva objetiva y general de la situación.
- Incrementar la visibilidad a través de una estrategia de comunicación.
- Apoyar las estrategias de mercadotecnia.
- Proveer consultoría en diferentes situaciones como el manejo de crisis y el

entrenamiento en medios.

- Ayudar a comunicarse con los empleados.
- Informar a los inversionistas.
- Estrechar las relaciones con la comunidad.
- Actuar como puente con las instituciones gubernamentales.
- Evaluar las políticas organizacionales que afectan los objetivos de Relaciones Públicas.
- Medir y evaluar los programas existentes de relaciones públicas.
- Proporcionar habilidades que apoyen o aumenten los esfuerzos de relaciones públicas ya existentes. La ejecución estratégica de las actividades de RRPP procuran una acertada percepción de la empresa y su integración con su ámbito de relación.

Las estrategias de relaciones públicas se deben llevar a cabo en total concordancia y línea con:

- La Visión / Misión de la entidad
- Las influencias ambientales, estrategias de negocios y los factores críticos de éxito

Estrategia de Comunicación

Para apoyar las estrategias de mercadotecnia mediante la creación de corrientes de opinión favorables para la entidad, sus productos y/o servicios, en la mente y corazón de sus audiencias objetivo, se recomienda desarrollar una estrategia de comunicación en dos fases:

Fase Estratégica

- Entendimiento de la estrategia de negocios
- Identificación de factores de éxito para apoyar el logro de las estrategias de negocio.
- Diseño de una estrategia de comunicación integral incluyendo actividades de Relaciones Públicas para las diferentes audiencias objetivo.
- Consistencia de los mensajes en todas las actividades derivadas de la mezcla promocional.

Fase Táctica

Ejecución de una gama diversa de actividades, dependiendo del ciclo de vida de la marca/ productos y/o servicios.

El papel de las Relaciones Públicas internacionales.

Las Relaciones Públicas Internacionales han tenido y tienen un gran auge con el proceso de globalización, en el que se potencian los intercambios y las interrelaciones comerciales. Esa globalización lleva a las empresas a planificar, desarrollar y aplicar estrategias de Relaciones Públicas que coadyuven a la consecución de contratos. A su lado, las instituciones estatales tienen una función sobre la base de establecer planes a largo plazo, creando climas de opinión pública y sobre las instancias públicas de los países.