

UDS

Licenciatura en administración de empresas

Relaciones públicas

Cuadro sinóptico

C.P. Liliana escobar herrera

Jorge Angel Raymundo Morales

31/10/2022

13/11/2022

GENERALIDADES DE
RELACIONES
PÚBLICAS Y
PUBLICIDAD

Antecedentes
históricos

Las relaciones públicas en México datan de tiempos precolombinos: nuestros ancestros ya realizaban ciertas funciones de relaciones públicas porque entienden la naturaleza y la importancia que tiene que contar las personas para alcanzar objetivos específicos

En México precolombino los aztecas se percataron la importancia de escuchar la opinión de los mercados y del cuidado de una buena imagen

En la revolución mexicana en 1910. Emiliano zapata también se percató de la importancia de influir en la opinión pública para ganarse la aceptación popular y el apoyo de su casa

En agosto de 1978, México encabezó la primera asamblea mundial de asociaciones de relaciones públicas y adoptan lo que dominaron: la declaración de México, definición de las relaciones públicas

La práctica de las relaciones públicas en el arte y la ciencia social de analizar tendencias, predecir sus consecuencias asesorar a los líderes de organizaciones y poner en práctica programas planificados de acción que sirvan a los intereses de la organización y del público

GENERALIDADES DE
RELACIONES
PÚBLICAS Y
PUBLICIDAD

Orígenes de las
relaciones publicas
como profesión

El periodista estadounidense yvy lee, considerado el padre de las relaciones publicas, monto el primer despacho de RR.PP en nueva york, cuya declaración de principio era “El público debe ser informado” separando con su nuevo negocio, la publicidad de las relaciones publicas

Yvy lee, George Creel y Edward I. bernays construyeron las bases (aun de gran validez) para que se desarrollara la importante disciplina de las relaciones publicas

Conceptos de
relaciones
públicas y
publicidad

La función directiva que establece y mantiene relaciones mutuamente beneficiosas entre una organización y el público de quienes depende su éxito o fracaso

La publicidad es el conjunto de estrategias con las que una empresa da a conocer sus productos a la sociedad

GENERALIDAD
ES DE
RELACIONES
PÚBLICAS Y
PUBLICIDAD

Funciones de la
publicidad y las
relaciones
públicas

La publicidad es una
herramienta del esencial
del marketing, ya que
incrementa las ventas y
estimula la demanda

Funciones
fundamentales

Función
informativa

Función
persuasiva

Función
económica

La publicidad busca
cumplir en nuestra
sociedad una serie
de funciones

Función
financiadora

Función
sustitutiva

Función
estereotipadora

Función
desproblematizadora

GENERALIDADES DE RELACIONES PÚBLICAS Y PUBLICIDAD

Importancia de la función de relaciones públicas

La función de las relaciones públicas tiene como objetivo promover actividades favorables de los diversos públicos de la organización

Las actividades favorables de todos esos públicos son indispensables para que la empresa subsista se desarrolle, de ahí la importancia de esta función

Muchas organizaciones se dan cuenta de la importancia de las relaciones públicas hasta que experimentan las inconvenientes de no haberlos empleado

GENERALIDAD
ES DE
RELACIONES
PÚBLICAS Y
PUBLICIDAD

Objetivo
de las
relaciones
publicas

Las relaciones publicas, entendidas como un instrumento de promoción, tiene como objetivo la fusión favorable de la empresa y sus productos

Objetivo con
los públicos
interno

El objetivo principal con respecto a los públicos internos: la formación o constitución del grupo empresa

Impacto
generado por
el grupo
empresa

Eleva el rendimiento o productividad del trabajador, dado que este se siente participe e involucrado en las decisiones adoptadas ya que ha participado en la elaboración de los mismos

Se produce una sensible disminución de los costos, debido a la eficiencia con que los recursos humanos cumplen sus respectivas labores

Se logran una participación permanente del personal tanto los jefes como los subordinados

Se estimula la creatividad, e crea un espíritu de pertenencia

Objetivo
con los
públicos
externos

Proyectar una imagen positiva en dichos públicos haciendo que los mismos experimenten simpatía hacia la empresa o institución y nos brinden su apoyo y comprensión

Lograr, por medio un dialogo permanente, la concordancia de interes entre la organización y sus diversos públicos para beneficio de ambas partes

Fortalecer las relaciones con las comunidades comunidad donde operen las organizaciones, a través de la proyección social o responsabilidad social empresarial

GENERALIDADES DE RELACIONES PÚBLICAS Y PUBLICIDAD

El papel de las relaciones públicas internacionales

Las relaciones públicas internacionales han detenido y tienen un gran auge con el proceso de globalización, en el que se potencian los intercambios y las interrelaciones comerciales

Las relaciones públicas internacionales van a incrementar su significación y complejidad debido al proceso de globalización, a la gran rapidez en los cambios y la multiplicidad de los actores internacionales de los actores internacionales

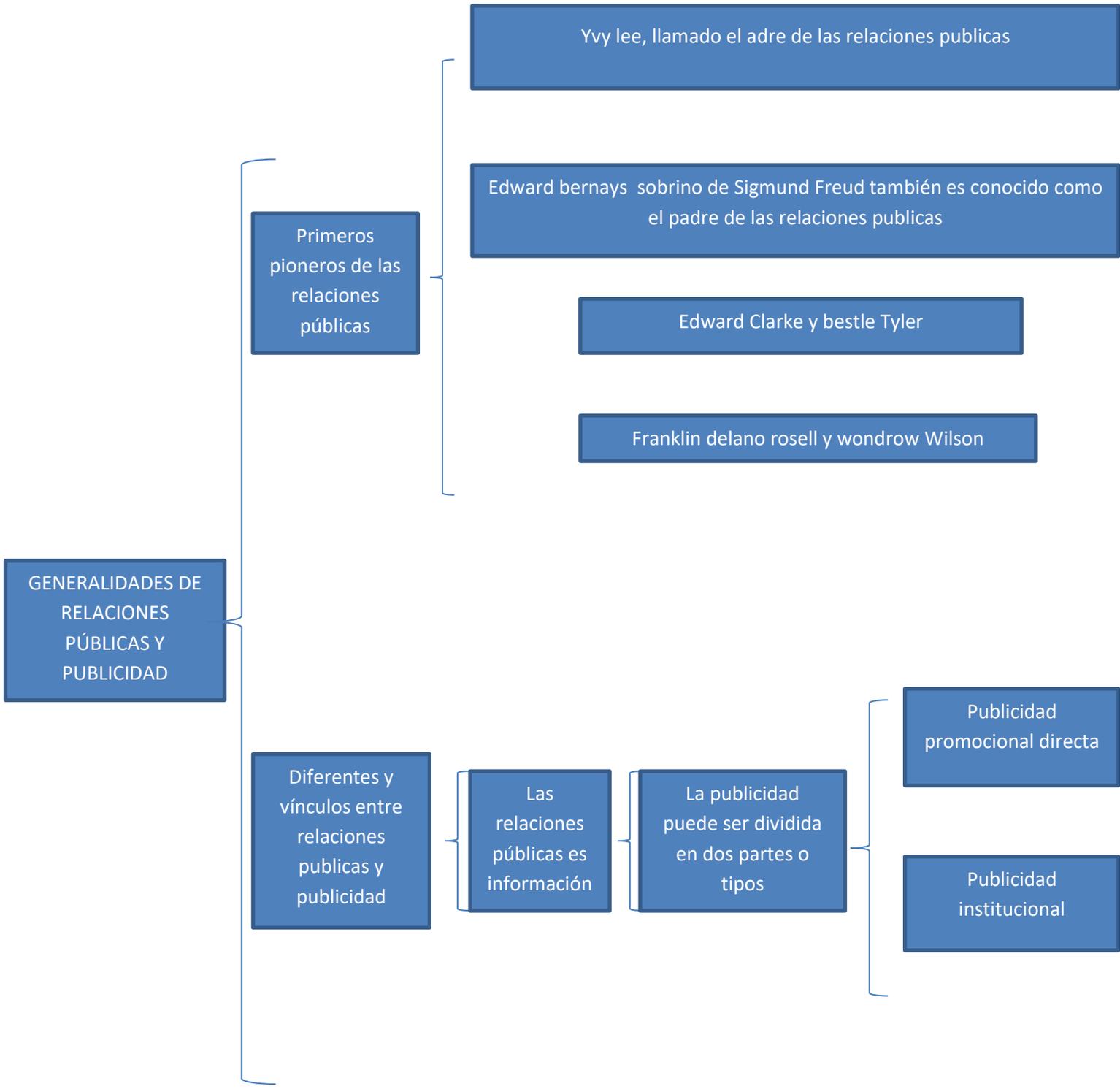
Serie de características de una actual sociedad internacional

Mundo omnipresente e interdependiente, ya que acontecimientos lejanos condicionan vidas de individuos y nacionales

Mundo interdependiente y complejo que ha pasado pocos actores a muchos que abarcan países, empresas movimientos

Mundo acelerado en el que se producen modificaciones políticas, sociales y culturales a gran velocidad

Mundo arriesgado porque no solo dependemos de nuestras actuaciones sino de las de los demás



GENERALIDADES DE RELACIONES PÚBLICAS Y PUBLICIDAD

Primeros pioneros de las relaciones públicas

Ivy lee, llamado el padre de las relaciones publicas

Edward bernays sobrino de Sigmund Freud también es conocido como el padre de las relaciones publicas

Edward Clarke y bestle Tyler

Franklin delano rosell y wondrow Wilson

Diferentes y vínculos entre relaciones públicas y publicidad

Las relaciones públicas es información

La publicidad puede ser dividida en dos partes o tipos

Publicidad promocional directa

Publicidad institucional

GENERALIDADES DE RELACIONES PÚBLICAS Y PUBLICIDAD

Oportunidades y problemas de relaciones públicas

Una oportunidad de relaciones públicas es la identificación de una coyuntura de eventos y objetivos que ofrece un escaparate óptimo para utilizar estrategias de comunicación con el objeto de mejorar las relaciones internas y externas de una organización y por ende sus fines organizativos

Un problema de relaciones públicas es un tema de relación o de comunicación que ha sido identificado como el resultado de eventos pasados, actividades corrientes y proyecciones futuras y que probablemente impide que la organización alcance sus fines

Un problema puede ser una carencia, por parte de un público de información sobre la organización, sus políticas, sus productos o temas que representen o lidere

La disciplina de las relaciones publicas con más de un siglo de existencia, analiza, mide y gestiona como las organizaciones se relacionan con sus públicos y a través de que vínculos lo hacen

GENERALIDADES DE RELACIONES PÚBLICAS Y PUBLICIDAD

Clasificación de las relaciones publicas

Para hacer una clasificación de las relaciones publicas en una institución es necesario considerar al público, porque es a ellos a quienes se dirige el esfuerzo que realiza una institución como tal, para lograr satisfacer sus diversas necesidades

Publico a quien se dirige las relaciones públicas

Relaciones publicas externas: son las que establecen entre la organización y las acciones o propietarios, inversionistas y organizaciones financieras

Clientes actuales y potenciales

Proveedores

Gobierno

La comunidad y los medios de comunicación masiva

Relaciones publicas internas: son las que se establecen entre la organización y el personal de esta

Buscan establecer una comunicación recíproca y oportuna entre directivos y empleados

GENERALIDADES DE RELACIONES PÚBLICAS Y PUBLICIDAD

Beneficios objetivos y tareas específicas internas y externas

Objetivos que se pueden perseguir con una buena estrategia de relaciones públicas

- Consolidación y proyecto de la imagen de la organización
- Generar opinión pública
- Comunicación de doble vía con los sectores involucrados
- Publicidad institucional de la empresa
- Afianzamiento del factor humano
- Servir de apoyo al área de comercialización
- Realización de campañas destinadas a promover y hacer conocer aspectos determinados de la empresa

Las relaciones públicas abarcan un gran abanico de actividades

- Análisis de la imagen organizacional en los medios de difusión
- Campañas de imagen corporativa
- Comunicación y promoción
- Estrategias y programas de manejo de la comunicación en situaciones de crisis
- Entrenamiento en relaciones con medios de difusión
- Investigación de opinión y mercados