

RELACIONES PUBLICAS

Lic. Liliana Grisell Escobar Herrera



“Super nota”

Alejandro Pat Rodríguez



7° Administración de Empresas

Frontera Comalapa, Chiapas

Noviembre, 2022

LA EMPRESA Y LAS RELACIONES PUBLICAS

“Las relaciones publicas como proceso”

La ciencia de las Relaciones Públicas está unida, desde sus orígenes.

El trabajo de esta ciencia consiste en, mediante profundos conocimientos en ciencias económicas, sociales, empresariales y políticas.



“Etapa de las Relaciones Publicas”

- *Investigación (auditoria).
- *Método cuantitativo y cualitativo.
- *Planificación.
- *Comunicación.
- *Evaluación.



“Influencia sobre la organización”

- *Establecen una diferenciación.
- *Crear tendencias de opinión.
- *Educar al usuario de los servicios.
- *Construir credibilidad.



“Relaciones publicas empresariales”

Están basadas 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 desprenda.



LA EMPRESA Y LAS RELACIONES PUBLICAS

“Importancia de las Relaciones Publicas para las empresas”

Anticipar, analizar e interpretar la opinión pública, así como las actitudes y asuntos que puedan tener repercusión en la organización.
Fijar objetivos, planificar, presupuestar, contratar y formar personal, desarrollando servicios.



“¿Por qué contratar una agencia RRPP?”

- *Contratar a un equipo de profesionales.
- *Coste personalizado.
- *Contactos de una agencia.
- *Crear una estrategia de social media.
- *Gabinete de prensa.
- *Estrategia de marketing de contenidos.



“Funciones del desempeño de las Relaciones Publicas”

- *Generar, proyectar y establecer la imagen de la corporación.
- *Desarrollar estrategias para la comunicación institucional.
- *Entender al público y tratar de generar opiniones públicas.
- *Prevenir o dar la cara en momentos de crisis de las empresas.
- *Gestionar recursos humanos, mejorar las condiciones laborales.



“Funciones del director y asesor de Relaciones Publicas”

- *Decidir cuál comunicado será enviado a los medios de comunicación.
- *Desarrollar y conservar la imagen e identidad corporativa de la empresa o cliente.
- *Asistir e informar a los ejecutivos y voceros de una organización.
- *Diseñar e implementar programas de comunicación y promoción.



LA EMPRESA Y LAS RELACIONES PUBLICAS

“Directivos y empleados: vehículos de relaciones públicas”

Cuando las instituciones tienen buena comunicación con los empleados los resultados se ven reflejados. La comunicación con los empleados es elemental, esto les permite estar bien informados acerca de sus instituciones y a la vez fomentará que les digan a los directivos lo que piensan.



“Organización o empresa con Relaciones Públicas empresariales”

Se ocupan de mantener las adecuadas relaciones de una organización, empresa, asociación o colectivo determinado, con sus distintos públicos, para la viabilidad y consecución de unos objetivos previamente fijados.



“Importancia de la planeación de la función de las relaciones públicas”

La planeación adecuada fomenta las buenas relaciones entre todos los niveles de los empleados y trabajadores de la empresa.



“Etapa de planeación”

- *Investigación.
- *Elaboración de planes y programas generales.



LA EMPRESA Y LAS RELACIONES PUBLICAS

“Elaboración de planes y programas específicos”

Se estudian y escogen los que ofrezcan las mejores perspectivas para una solución integral del problema, a fin de desarrollar ya un plan específico y posteriormente un programa.



“Consistencia de los programas de relaciones públicas”

Propósito final de toda planeación, existen otros elementos de ésta que contribuyen a perfeccionarla, haciéndola más precisa, tales como políticas, programas, procedimientos y presupuestos.



“Ejemplos de buenas Relaciones Publicas”

*Leche LALA 100.

*Old space.

*José Cuervo.

