

# Universidad del Sureste

## Actividad 1

**ALUMNA: NADIA REBECA GONZALEZ RIOS**

**MAESTRO: GERARDO GARDUÑO**

**MATERIA: RELACIONES PUBLICAS**



Consolidación y proyección 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

**BENEFICIOS OBJETIVOS Y TAREAS ESPECÍFICAS INTERNAS Y EXTERNAS**

**CLASIFICACIÓN**

Según el público al que se dirigen, las Relaciones Públicas pueden ser: Relaciones Públicas externas y Relaciones Públicas internas

**OPORTUNIDADES Y PROBLEMAS**

Una oportunidad nace desde el análisis de las fortalezas (o puntos fuertes) de la organización en sus actividades de relación y comunicación con sus públicos

**Diferencias y vínculos entre RP y publicidad**

El objetivo de la publicidad es conseguir una reacción por parte de su público objetivo con respecto a un producto o servicio. El de las relaciones públicas es el de crear opiniones o fortalecer los vínculos existentes entre el emisor del mensaje y el receptor

serie de estrategias que permiten ofertar y dar a conocer las bondades y ventajas de consumir un producto, bien o servicio de alguna empresa en concreto. Esta irá dirigida a un público específico, conocido como público meta o target.

**Concepto Relaciones Publicas**

**Funciones**

La publicidad es una herramienta esencial del marketing, ya que intenta incrementar las ventas y estimular la demanda

- 1.- Función informativa
- 2.- Función persuasiva
- 3.- Función económica

**Objetivos**

Lograr prestigio e imagen empresarial. • Desarrollar programas de Relaciones Públicas internas que permitan lograr mayor entendimiento entre el personal de la empresa. • Crear y mantener relaciones con los clientes y consumidores.

**Relaciones Públicas internacionales**

Tienen un gran auge con el proceso de globalización, en el que se potencian los intercambios y las interrelaciones comerciales