

UNIVERSIDAD DEL SURESTE

RELACIONES PUBLICAS

Alumna: Nadia Rebeca González Ríos
Profesor: Gerdo Garduño

Actividad 2
SUPER NOTA

LAS RELACIONES PUBLICAS Y SU DESARROLLO OPERATIVO



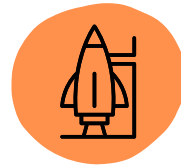
Las relaciones públicas básicas para los organismos no lucrativos

Los agentes de comunicación y relaciones públicas son quienes se encargan de organizar eventos y contenido para la prensa. Este contenido va desde las notas de prensa, las cuales luego los medios si consideran apropiado publican



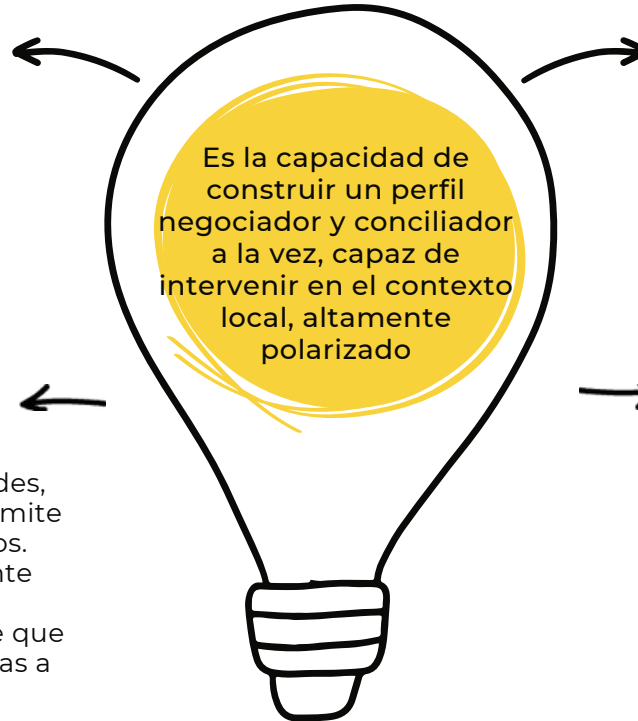
Relaciones con los clientes: actuales y potenciales.

Son clientes que tienen capacidades, recursos, necesidades... que les permite comprar tus servicios o productos. Cualquiera no puede ser un cliente potencial, y no tomar esto en consideración es correr el riesgo de que la mayoría de personas que atraigas a tu negocio



Tendencia en Relaciones Públicas.

La aplicación de las relaciones públicas demanda la necesidad de que sean profundos conocedores de las estructuras psicológicas, organizativas, de gestión y de administración. Comunicación interna y externa.



Influencia sobre la dirección de ventas y los clientes

Para las relaciones públicas estos clientes internos, externos y consumidores son también algo más que eso: son públicos muy importantes para su labor y para el desarrollo empresarial de la organización



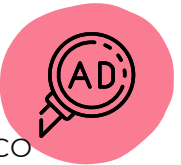
Relaciones con el gobierno

Los tres aspectos del gobierno mencionados hasta ahora convierten a éste en un coordinador de la economía y actividades nacionales, función que realiza con el fin de lograr un desarrollo armónico y equilibrado del país



Relaciones públicas con otros organismos

- RELACIONES CON EL PERIÓDICO
- Consultoras de Prensa
 - La Importancia de la Comunicación
 - Relaciones con la prensa
 - Los públicos
 - Comunicación Organizacional
 - Las relaciones públicas básicas para los organismos no lucrativos



Medios publicitarios

Los medios publicitarios son todos aquellos lugares de los cuales la publicidad puede hacer uso para colocar anuncio