



**Mi Universidad**

**Super nota**

*Nombre del Alumno* **Jorge Arturo Estrada Borraz**

*Nombre del tema* **GENERALIDADES DE RELACIONES PÚBLICAS Y PUBLICIDAD.**

*Parcial* **1**

*Nombre de la Materia* **Relaciones públicas**

*Nombre del profesor*

*Nombre de la Licenciatura* **Administración y estrategia de negocios**

*Cuatrimestre* **7**

**Bibliografía: Apuntes de la libreta**

# Antecedentes históricos.

**En agosto de 1978, México encabezó la primera Asamblea Mundial de Asociaciones de Relaciones Públicas y adoptaron lo que denominaron: La Declaración de México. Esta declaración es en realidad, una definición de relaciones públicas.**

**La práctica de las relaciones públicas es 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 servirán a los intereses de la organización y del público.**



## 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.**

# Conceptos de Relaciones públicas y publicidad.

**Las relaciones públicas constituyen la función administrativa que evalúa las aptitudes del público, identifica las políticas y los procedimientos de una organización con el interés público**

**Publicidad afirma que la publicidad trata de una 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**



## Funciones de la publicidad y las relaciones públicas.

**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.**

# Importancia de la función de las Relaciones Públicas.

**Las actitudes favorables de todos esos públicos son indispensables para que la empresa subsista y además se desarrolle, de ahí la importancia de esta función.**



**Ninguna organización puede prosperar a menos que cuente con el apoyo del público o al menos con su paciencia o aceptación.**

## Objetivos de las Relaciones Públicas

- **\*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.**



# **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.**



## **Primeros pioneros de las Relaciones Públicas.**

### **Ivy Lee**

**En 1906, Lee publicó una Declaración de Principios, que decía que el trabajo de relaciones públicas debe hacerse libremente, debe ser precisa y cubrir temas de interés público.**

### **Edward Bernays**

**Él tomó el criterio de que las audiencias tenían que ser cuidadosamente entendidas y persuadió a ver las cosas desde la perspectiva del cliente. Él escribió el primer libro de texto sobre relaciones públicas e impartió el primer curso en la Universidad de Nueva York en 1923**

# Diferencias y vínculos entre relaciones públicas y publicidad

Actualmente la publicidad de tipo institucional es sólo uno de los instrumentos empleados por las relaciones públicas, o sea que es una de sus partes; por tanto, ambos términos no pueden considerarse como sinónimos.



## 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 objetivo de mejorar las relaciones internas y/o 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.

# **Clasificación de las relaciones públicas.**

**Relaciones Públicas externas: Son las que se establecen entre la organización y, Los accionistas o propietarios, inversionistas y organizaciones financieras.**

**Los clientes actuales y potenciales. Los proveedores. El gobierno.**

**La comunidad y los medios de comunicación masiva.**



**Relaciones Públicas internas: Son las que se establecen entre la organización y el personal de ésta. "...Buscan establecer una comunicación recíproca (y oportuna) entre directivos y empleados.**

## **Beneficios objetivos y tareas específicas internas y externas.**

**Las empresas suelen contratar los servicios de las agencias de Relaciones Públicas con el objetivo de alcanzar una mayor cobertura de mercado.**

**Los objetivos del Marketing deben basarse en acciones programadas y consistentes para lograr persuadir y motivar a nuestro mercado objetivo para que adquiera nuestros productos y/o servicios.**