



Mi Universidad

CUADRO SINOPTICO

NOMBRE DEL ALUMNO: Edgar Itiel Vázquez Rodríguez

NOMBRE DEL TEMA: Unidas 3 Y 4

PARCIAL: 1

NOMBRE DE LA MATERIA: Relaciones publicas

NOMBRE DEL PROFESOR: Viviana Lizbeth García Moreno

NOMBRE DE LA LICENCIATURA: Administración Y Estrategias De Negocios

CUATRIMESTRE: 7

RELACIONES PUBLICAS COMO PROCESO	ETAPAS DEL PROCESO DE RELACIONES PUBLICAS	INFLUENCIA EN LA ORGANIZACIÓN E IMPORTANCIA
----------------------------------	---	---

Las relaciones públicas son un proceso estratégico que busca gestionar la comunicación entre una organización y sus públicos clave. Las relaciones públicas (PR) busca construir y mantener relaciones beneficiosas entre una organización y sus públicos. Las PR son fundamentales para construir confianza dentro y fuera de una organización.

Cada etapa cumple un rol importante:
 Investigación: Recopila datos sobre el entorno, los públicos y la percepción actual de la organización. Planeación: Definir objetivos, estrategias y tácticas específicas para abordar los desafíos y oportunidades identificadas. La buena gestión de relaciones públicas ayuda a las empresas a posicionarse en el mercado, mejorar su reputación y prevenir conflictos. Asimismo, es una herramienta valiosa para la fidelización de clientes y la atracción de talento humano.

Las relaciones públicas impactan directamente en la imagen corporativa, la cultura organizacional y la toma de decisiones. Facilitan la gestión de crisis, fortalecen la comunicación interna y mejoran la interacción con los grupos de interés, como clientes, empleados y accionistas.

Este proceso se compone de cuatro etapas fundamentales:

1. Investigación:
2. Ejecución:
3. Evaluación: Estas etapas permiten que las acciones estén alineadas con los objetivos estratégicos de la empresa, asegurando resultados efectivos.

Las agencias de relaciones públicas ofrecen servicios profesionales en la gestión de la comunicación estratégica

Ejecución
 Implementa las acciones diseñadas en el plan, como eventos, campañas y comunicados.

Evaluación
 Las relaciones publicas: Mide el impacto de las acciones para En el sector turístico, las relaciones públicas son fundamentales para atraer visitantes y fortalecer la imagen de destinos y empresas. Y poder identificar mejoras futuras.

Facilitan la gestión de crisis, fortalecen la comunicación interna y mejoran la interacción con los grupos de interés.

Dentro de una empresa, las relaciones públicas contribuyen a construir una imagen sólida y establecer relaciones estratégicas con diversos públicos entes, empleados y accionistas.

El departamento de relaciones públicas en organizaciones turísticas coordina actividades internas y externas.

RELACIONES PUBLICAS EN EL
TURISMO INTERNACIONAL

IDENTIDAD CORPORATIVA
HOTELARIA

Su función principal es garantizar que las estrategias de comunicación estén alineadas con los objetivos globales de la empresa y del destino turístico.

La planeación es esencial para garantizar la coherencia en las acciones. Un enfoque bien planificado asegura que las relaciones públicas contribuyan al cumplimiento de los objetivos organizacionales, evitando mensajes contradictorios que puedan dañar la reputación de la empresa.

En un mundo globalizado, las relaciones públicas deben adaptarse a diferentes culturas y mercados. Esto incluye diseñar estrategias que generen confianza y atraigan a turistas de diversas nacionalidades, respetando sus expectativas y valores culturales.

La identidad corporativa es un elemento clave en la industria turística, ya que refleja los valores y la filosofía de las empresas. Una identidad bien definida mejora la percepción de los clientes y fortalece la competitividad en el mercado.

Las relaciones publicas en hotelería no solo se enfocan en atraer clientes, sino también en consolidar su lealtad. La gestión estratégica de la comunicación ayuda a posicionar los servicios como únicos y valiosos en un mercado altamente competitivo.