



Mi Universidad

Nombre Del Alumno: Fabiola Ruiz Abarca.

Nombre Del Profesor: Luis Eduardo López Morales.

Materia: Relaciones Públicas.

Licenciatura: Administración Y

Estrategias de Negocios.

Parcial: 4ta Unidad.

Cuatrimestre: 7mo.

RELACIONES PÚBLICAS EN ORGANIZACIONES TURÍSTICAS.



COMUNICACIÓN CORPORATIVA.

La comunicación corporativa es un aspecto fundamental para cualquier organización, ya que permite transmitir mensajes claros y efectivos a diferentes audiencias, tanto internas como externas.

Tipos de comunicación corporativa:

1. Comunicación interna: Se dirige a los empleados y se enfoca en transmitir información sobre la empresa, sus objetivos y políticas.
2. Comunicación externa: Se dirige a audiencias externas, como clientes, proveedores, medios de comunicación y el público en general.
3. Comunicación de crisis: Se utiliza para manejar situaciones de crisis o emergencia que afecten a la empresa.

Tipos de comunicación corporativa:

1. Comunicación interna: Se dirige a los empleados y se enfoca en transmitir información sobre la empresa, sus objetivos y políticas.
2. Comunicación externa: Se dirige a audiencias externas, como clientes, proveedores, medios de comunicación y el público en general.
3. Comunicación de crisis: Se utiliza para manejar situaciones de crisis o emergencia que afecten a la empresa.

IDENTIDAD CORPORATIVA Y HOTELERÍA.

La identidad corporativa es fundamental en la hotelería, ya que ayuda a diferenciar a una marca de hotel de sus competidores y a crear una experiencia única para los huéspedes.

Componentes de la identidad corporativa en la hotelería

1. Marca: El nombre y logotipo del hotel que lo identifican de manera única.
2. Imagotipo: El logotipo y la tipografía utilizados por el hotel para crear una imagen reconocible.
3. Color corporativo: El color o combinación de colores que se asocian con la marca del hotel.
4. Tipografía corporativa: La fuente o fuentes utilizadas por el hotel para comunicarse de manera consistente.
5. Imagen corporativa: La imagen o conjunto de imágenes que se asocian con la marca del hotel



RELACIONES PÚBLICAS EN EL HOTELERÍA.

Las relaciones públicas (RRPP) son fundamentales en la hotelería, ya que ayudan a crear y mantener una imagen positiva de la marca y a establecer relaciones con los clientes, medios de comunicación y otros stakeholders.

Objetivos de las RRPP en la hotelería:

1. Crear conciencia y reconocimiento de la marca: Establecer la marca como una opción confiable y de alta calidad.
2. Generar publicidad positiva: Obtener cobertura en medios de comunicación para promocionar la marca y sus servicios.
3. Establecer relaciones con los medios de comunicación: Construir relaciones con periodistas y bloggers para obtener cobertura y promoción.



EMPRESA HOTELERA Y COMPETITIVIDAD.

La competitividad en la industria hotelera es fundamental para atraer y retener a los clientes.

Factores que influyen en la competitividad de una empresa hotelera:

1. Ubicación: La ubicación del hotel puede ser un factor clave en la competitividad.
2. Calidad del servicio: La calidad del servicio que se ofrece a los clientes puede ser un diferenciador clave.
3. Instalaciones y equipamiento: La calidad y modernidad de las instalaciones y el equipamiento pueden influir en la competitividad.
4. Precios y promociones: Los precios y promociones que se ofrecen pueden influir en la decisión de los clientes.

Estrategias para mejorar la competitividad de una empresa hotelera:

1. Invertir en tecnología: Invertir en tecnología para mejorar la eficiencia y la calidad del servicio.
2. Mejorar la calidad del servicio: Capacitar al personal para mejorar la calidad del servicio y la atención al cliente.

