



**Nombre del alumno: JHONATAN MEZA G.**

**Nombre del profesor: LUIS EDUARDO LOPEZ  
MORALES**

**Materia: RELACIONES PUBLICAS.**

**PASIÓN POR EDUCAR**

**Grado: 7.**

# LAS RELACIONES PÚBLICAS Y SU DESARROLLO OPERATIVO.

## Influencia sobre la dirección de ventas y los clientes.

Las relaciones publicas tienen una gran influencia en la dirección, ya que la relaciones publicas propician para el personal de ventas, tenga un buen desempeño y genere un desempeño armonioso y como consecuencia aumente las ventas.



Las relaciones publicas generan ocasiones de negocio en cercanos favorables, porvechosos y fortalecer los unicos clientes o futuros clientes. Las relaciones publicas logran confidelidad y apoyo publico en acciones presentes.



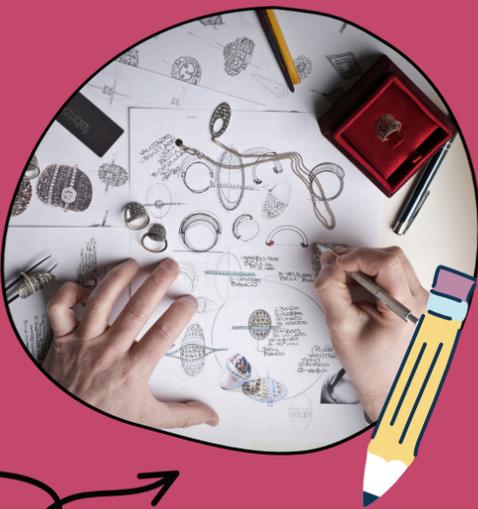
## Relaciones con el gobierno actitud, valoración de situaciones, ayuda estatal.

el gobierno regula ciertas actividades d las organizaciones por medio de leyes que emite. ejemplo: a través de la LFT, regula las redacciones, derechos y obligaciones que la parte patronal tiene como subordinados y personal de menos jerarquía.



## Gobierno como fuente de crédito.

Es considerado como fuente de credito cobrando mayor importancia a partir del 1 de septiembre de 1982, fecha en la que entro en vigor el decreto en el cual se nacionalizo la banca individual y con ello el estado se convirtió en la mayor fuente de financiamiento para un mayor numero de organizaciones.



## El gobierno como fuente de información.

A través de entidades el gobierno hará censos, investigaciones y estudio que contribuyen una valiosa información para las organización de diversos tamaños y tipos pueden ser de utilidad.



# LAS RELACIONES PÚBLICAS Y SU DESARROLLO OPERATIVO.

## El gobierno como órgano impositivo

Se ha reconocido al gobierno la capacidad y autoridad para crear y hacer cumplir un sistema tributario. Al planear el sistema impositivo nacional, estatal o municipal, los legisladores pueden cometer errores.



## El gobierno como conductor.

Los 4 aspectos del gobierno mencionados hasta ahora convierte a este en un coordinador de la economía y actividades nacionales, función que realizara con el fin de lograr un desarrollo de la economía y equilibrio del país.



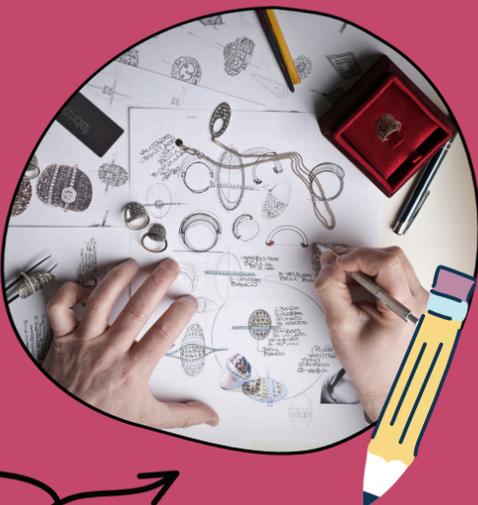
## El gobierno como competidor.

Este compete con la industria privada en muy diversas ramas de las actividades económicas a través de empresas, principalmente así como de otros organismos oficiales.



## Relaciones públicas con otros organismos.

Las cámaras de comercio y las de la industria constituyen un medio que facilita la comunicación de comerciantes e industriales con el gobierno, ya que hace verdaderamente representativa la corriente de opinión de varios sectores privados ante los organismos gubernamentales, exprimiéndole aun mas fuerza.



## Relaciones públicas con otros organismos.

Grupo de persona que viven en la misma localidad en la que esta establecida la organización y que tienen intereses similares, desde luego dependera de las características de cada empresa el delimitara que tan amplia será su cometida, así podemos confiar que la comunidad de una organización puede ser un pequeño poblado mientras que lo potra empresa podría ser un estado o país entero.



# LAS RELACIONES PÚBLICAS Y SU DESARROLLO OPERATIVO.

## Contribuir al desarrollo socioeconómico de la comunidad.

1. hacer compras con compradores locales
2. contratar recursos de la comunidad, atraer personal solo cuando sea necesario.
3. cooperar con instituciones educativas comunitarias: atraer oportunidad y facilidad de empleo a estudiantes.
4. contribución con el gobierno local como iniciativa privada en obras de infraestructura.



## Técnicas de comunicación en relaciones públicas: soportes.

- 1.- relacionarse con las empresas, los medios de comunicación cumplen un papel importante en la esfera social.
- 2.- los agentes de comunicación y relación pública son quienes se encargan de organizar eventos y contenidos para la prensa.
- 3.- comunicación visual corporativa, el sello de identidad y lo que se queda grabado en la mente de la gente, la marca, el logo.



- 4.- espacio digital, es lo más básico web corporativa, donde la empresa dispone toda la información, datos de contacto, como de quienes son y que buscan, contenido sustentable.
- 5.- comunicación interna, los trabajadores forman parte de la experiencia de la empresa y hay que reconocer que facilite su trabajo a la vez que aporte algo personal y laboral.



- 6.- patrocinadores: tener apoyos puede resultar beneficioso para una compañía, estos apoyos hay que cuidarlos, porque nos confían la marca de la empresa y dejando dinero en ella y hay que recompensarlo.
- 7.- relaciones con las instituciones: los poderes políticos también tienen voz y voto y sus acciones repercuten en la empresa, así que la relación con ellos debe ser positiva.
- 8.- relacionarse con la comunidad, hay que tener buena relación con las instituciones.



## Relaciones con los clientes actuales y potenciales.

¿Quiénes son los clientes activos?  
son los que están activos

¿Quiénes son los clientes potenciales?  
son clientes que tienen las capacidades, recursos, necesidad que les permita comprar tus servicios o productos.

