



UDS

Mi Universidad

Sheyla Paola García Aguilar.

Relaciones públicas.

Parcial 1.

Luis Eduardo López Morales.

Generalidades de relaciones públicas y
publicidad.

Administración y Estrategias de Negocios.

Cuatrimestre: 7.

GENERALIDADES DE RELACIONES PÚBLICAS Y PUBLICIDAD.

CONCEPTO DE RELACIONES PÚBLICAS .

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, y ejecuta un programa de acción y comunicación para ganar la comprensión y aceptación del público.

FUNCIONES DE LA PUBLICIDAD Y LAS RELACIONES PÚBLICAS.

El objetivo de las relaciones públicas es lograr una buena imagen y esta sea positiva y crezca como tal, a fin de que influya en los diversos públicos para que sus actitudes hacia la organización sean favorables ayudando a que este a su alcance sus objetivos.

IMPORTANCIA DE LA FUNCION DE LAS RELACIONES PÚBLICAS .

Ya se a mencionado que la función de relaciones públicas tiene como objetivo promover actitudes favorables de los diversos públicos la organización. 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.

OBJETIVO DE LAS RELACIONES PÚBLICAS .

El objetivo principal de las relaciones públicas es la creación de confianza en su entorno público, o regenerar y consolidar ésta confianza. Para lograr éste objetivo el trabajo se centra con mucha frecuencia en la imagen pública de la entidad, como reflejo de su percepción.

Objetivos con publico externos:

- Proyectar una imagen positiva
- Lograr.
- Lograr, por medio de un dialogo permanente, la concordancia de intereses entre la organización.
- Fortalecer las comunicaciones con los comunicados dando opinión en la organización

EL PAPEL DE LAS RELACIONES PÚBLICAS INTERNACIONALES.

Es el conjunto de acciones implementadas por una institución para crear relaciones con audiencias en otros países, pueden ser ejecutadas por publicas o privadas o ambas trabajar en equipo.

Esto se debe que muchas audiencias son grupos afectados o que afectan los procesos empresariales o de institución. Una empresa puede reducir el apoyo de una organización para que respalden otros países o viceversa.



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. Esta irá dirigida a un público específico, conocido cómo público meta o target. El publico es un grupo logra una buena imagen.



Objetivos con público internos:

La formación o constitución del "grupo empresa", es decir, que la totalidad de los integrantes de la organización.

Pero es vital informar de las malas noticias de los empleados.

Manejo de las noticias internas cuando ocurren acontecimientos positivos de la empresa.



PRIMEROS PIONEROS DE LAS RELACIONES PÚBLICAS.

Ivy lee.

Nació el 16 de julio de 1877 en Georgia. Realizo sus estudios Universitarios en Princeton, donde colaboro en el periódico de la universidad y se alzó el premio de debate Lynde.

1) Puso en marcha la libre información, base sobre la cual se asientan las RR.PP.

2) Rompe con la confusión entre publicidad y RR.PP.

3) Pone en marcha la concepción de los RR.PP un método para llevar a cabo acciones ofensivas y no solo defensivas.

4)Crea el mecenazgo, humanizado en forma de negocio.

Edward Bernays.

Es considerado el padre de las relaciones publicas.

1) Sentó las bases de las relaciones públicas como una profesión.

2) Integró la práctica de las relaciones públicas a la empresa moderna y a las organizaciones.

3) Tuvo la visión de que las relaciones publicas constituían un mecanismo social que se podía usar para mejorar nuestra sociedad y organizaciones.

DIFERENCIAS Y VÍNCULOS ENTRE RELACIONES PÚBLICAS Y PUBLICIDAD.

Se ha manifestado que las relaciones públicas como la publicidad son conceptos diferentes en cuanto a las relaciones públicas tendrá su objetivo en generar un clima de confianza a su público; es decir dar una buena imagen de su personal, y al manifestar la publicidad es aquel que se llevará a cabo a efecto de promocionar algún producto de la empresa.

Tipos de publicidad:
Publicidad promocional directa que tiende a incrementar ventas.
Publicidad institucional se emplea para crear una imagen favorable a la organización.

CLASIFICACIÓN DE LAS RELACIONES PÚBLICAS.



Al igual que los objetivos de las relaciones publicas podemos clasificar según el público a que se dirigen; puede ser relaciones públicas internos y externos, de acuerdo con el siguiente esquema.
Relaciones publicas internas: Con el propio personal de la organización.

Relaciones publicas externas: Con los accionistas o propietarios, inversionistas en general y organizaciones financiadoras. Con los clientes actuales y potenciales. Con los proveedores. Con el gobierno. Con la comunidad y los medios masivos de comunicación.



Referencias: Apuntes de clases.