



Mi Universidad

Súper nota

Nombre del Alumno: Alexa Gabriela Rodríguez Galindo.

Nombre del tema: Generalidades de las relaciones públicas.

Parcial: 1ª unidad.

Nombre de la Materia: Relaciones Públicas.

Nombre del profesor: Luis Eduardo López.

Nombre de la Licenciatura: Administración y Estrategia de Negocios.

Cuatrimestre: 5ª.

Fecha: 21 de Septiembre de 2024.

Generalidades de las relaciones

Públicas y Publicidad.

Conceptos de relaciones públicas y publicidad.

Las relaciones públicas; es el conjunto de medidas utilizados por las empresas, organismos o gobiernos a fin de crear un clima de confianza.

La publicidad es la comunicación impersonal, pagada por un anunciante identificado que emplea los medios de comunicación con el fin de persuadir a una audiencia o influenciar en ella.



Funciones de la publicidad y las relaciones públicas.

El objetivo de las relaciones publicas es lograr una buena imagen y está sea positiva y crezca como tal a fin de que influya en los diversos públicos para que sus actitudes hacia la organización sea favorable a ella ayudando a que así alcance sus objetivos.



Importancia de la función de las relaciones públicas.

Tienen como objetivo promover actitudes favorables de los diversos públicos de la organización. Las actitudes favorables de todos estos públicos son independientes para que la empresa subsista y además se desarrolle, de ahí la importancia.



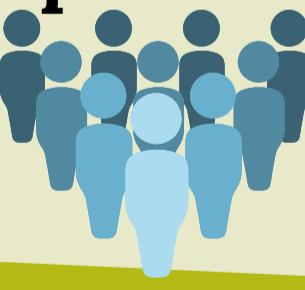
Objetivo de las relaciones públicas.

Objetivo la difusión favorable y sus productos, ya sea en medios de comunicación, foros de visibilidad, exposiciones y otras actividades dirigidas al público, objetivo de los mensajes.



Objetivos de públicos internos.

El objetivos principal es la formación del grupo de la empresa, en donde todos los integrantes de la organización formen parte desde el más elevado directivo, hasta el empleado de menor nivel jerárquico, para lograr objetivos en común.



Objetivos con públicos externos.

Proyectar una imagen positiva en dichos públicos haciendo que los mismo experimenten simpatía hacia la empresa o institución y nos brinden su apoyo.



El papel de las relaciones públicas internacionales.

Las relaciones públicas internacionales son el conjunto de acciones implementadas por una institución para crear relaciones con audiencia de otros países. Esto puede ser ejecutado tanto por entidades públicas o privadas o que ambas trabajen en equipo. Una empresa puede requerir el apoyo de una organización pública para que la respalden en otros países o viceversa.



Primeros pioneros de las relaciones públicas.

Ivy Lee.

Entre sus aportes más importantes en la disciplina de las RR.PP. Cabe señalar las siguientes:

- 1) Puso en marcha la libre información, base sobre la cual se asienta las RR.PP.
- 2) Rompe con la confusión entre la publicidad y RR.PP. asentando las características de cada una de estos dos conceptos.
- 3) Puso en marcha la concepción de las RR.PP. un método para llevar a cabo acciones ofensivas y no solo defensivas.
- 4) Creó el mecanismo, humanizando de esta forma los negocios.



Edward Bernays.

Considerado el “padre de las relaciones públicas”.

- 1) Acento las bases de las RR.PP. como una profesión basada en un cuerpo teórico que el mismo estableció y defendió, y lo convirtió en una ciencia.
- 2) Integro la práctica de las RR.PP a las empresas modernas. Con las teorías, métodos y la aplicación de las ciencias sociales, antropológicas, económicas, políticas, informativa.
- 3) Tuvo la visión de las relaciones públicas constituir un mecanismo social que se podrían usar para mejorar nuestra sociedad y nuestras organizaciones.



Diferencias y vínculos entre relaciones públicas y publicidad.

Las relaciones públicas tienen su objetivo en general un clima de confianza a su público, mientras que la publicidad, es aquel que se lleva a cabo de promocionar algún producto.

Tipos de publicidad.

Publicidad promocional directa: que tiende a incrementar la venta de un producto o servicio determinado y que podríamos llamar simplemente publicidad.



Publicidad institucional: que se emplea para tratar de evocar una imagen favorable de una organización. Este tipo de publicidad es uno de los muchos instrumentos de las RR.PP, pero no representa de ninguna manera alguna totalidad de las mismas.



Clasificación de las relaciones públicas.

01. Relaciones públicas internas: 1 con el propio personal de la org.
02. Relaciones públicas externas:
 1. Con los accionistas, propietarios, inversionistas en general y organizaciones financieras.
 2. Con los clientes actuales y potenciales.
 3. Con los proveedores.
 4. Con el gobierno.
5. Con la comunidad y los medios masivos de comunicación.

