

WDS

MI UNIVERSIDAD

SUPER NOTA.

•Nombre Del Alumno: Jorge Ivan Morales Recinos.

•Nombre Del Profesor: Luis Eduardo López Morales.

•Materia: Relaciones Públicas.

•Licenciatura: Administración Y Estrategias De Negocios.

•Trabajo: Super Nota.

•Parcial: 3.

•Cuatrimestre: 7mo.

Comitán De Domínguez Chiapas a 3 de Noviembre de 2024.

Unidad 3: La Empresa y las Relaciones Públicas.

3.1 Las Relaciones Públicas como Proceso:

Es un proceso estratégico de comunicación que busca construir relaciones mutuamente beneficiosas entre una organización y sus públicos



Objetivo:

Crear y mantener una imagen positiva de la empresa, generando confianza y fidelidad.

Naturaleza:

Es una función de gestión proactiva y planificada.



3.2 Etapas de las Relaciones Públicas:

El proceso de RRPP se divide en varias etapas clave:

- Investigación
- Planificación
- Ejecución
- Evaluación

1. Investigación: Recopilación de información sobre la organización, su entorno y su público objetivo.
2. Planificación: Desarrollo de estrategias y tácticas para alcanzar los objetivos de comunicación.
3. Ejecución: Implementación de las estrategias mediante campañas y actividades de comunicación.
4. Evaluación: Análisis de los resultados obtenidos y ajuste de las acciones según sea necesario.



3.3 Influencia sobre la Organización:

Las relaciones públicas ejercen una gran influencia sobre la percepción que tienen los stakeholders de la organización. Una gestión eficaz de las relaciones públicas pueden contribuir a :

- Mejorar la imagen y reputación corporativa.
- Fomentar la confianza y lealtad del público.
- Aumentar la visibilidad de la marca.
- Facilitar la comunicación interna y externa, creando un ambiente más colaborativo.



Unidad 3: La Empresa y las Relaciones Públicas.

3.4 Relaciones Públicas

Empresariales:

- Enfoque: Se centran en construir y mantener relaciones positivas con los públicos internos y externos de una empresa.
- Objetivos: Mejorar la imagen de marca, aumentar la lealtad de los clientes, atraer inversores y gestionar crisis.
- Herramientas: Utilizan una amplia gama de herramientas, como la comunicación interna, las relaciones con los medios, el marketing de contenidos y las redes sociales.



3.5 Importancia de las Relaciones Públicas para las Empresas:

Las RRPP son fundamentales para el éxito de las empresas, ya que:

- Ayudan a construir y mantener una buena reputación.
- Facilitan la gestión de crisis y conflictos.
- Aumentan la visibilidad y el reconocimiento de la marca.
- Fomentan relaciones positivas con todos los grupos de interés, lo que puede traducirse en mejores resultados comerciales.

3.6 ¿Por qué Contratar una Agencia de RRPP?

Contratar una agencia de relaciones públicas especializada puede aportar una visión externa, expertise en comunicación estratégica y acceso a recursos y contactos clave en el ámbito mediático. Las agencias de RRPP pueden ayudar a las empresas a gestionar crisis, lanzar campañas exitosas, mejorar su visibilidad y mantener una comunicación efectiva con sus audiencias.



1 Contar con un equipo de profesionales:

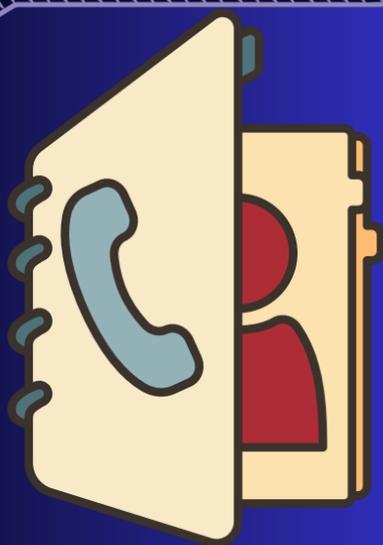
Dentro de una agencia habrán personas especializadas en diferentes campos esto hará que el objetivo final se alcance mucho más fácilmente mediante el consenso entre todos los especialistas.



Unidad 3: La Empresa y las Relaciones Públicas.

2. Costes de personalizados:

No es necesario contratar un servicio general en una agencia de comunicación. Puedes contratar diferentes servicios seleccionados. En función de lo que la empresa necesita más o menos inversión.



3. Contactos de una agencia:

Una agencia de comunicación tiene contactos en cada sector. Con alguien que sabe a quien dirigirse para promocionar tu producto todo será mucho más fácil.

4. Crear una estrategia de red social:

Hoy en día es fundamental gestionar bien las redes sociales de una empresa. Hay que ser activos y debe seguir una estrategia para cada red social. La planificación y motorización en este aspecto fundamental.



5. Gabinete de prensa:

La agencia se encarga de la difusión de noticias de la empresa en todo tipo de prensa. Gracias a los contactos de la propia agencia el proceso será más difícil. Dentro de este campo encontraremos con la realización de notas de prensa, entrevistas.

6. Estrategias de marketing de contenidos:

Es parte fundamental para el crecimiento de una empresa. Todo el mundo quiere vender, si solo emitimos contenido puramente comercial, nuestro mensaje resultara menos interesante y resultaremos menos atractivos.



7. Puedes delegar a una organización de eventos:

Expertos organizan todo tipo de eventos: Comidas de empresa, presentaciones de productos, conferencias. Explicando nuestros objetivos y definiendo un presupuesto a la agencia puede ocuparse de todo.



Unidad 3: La Empresa y las Relaciones Públicas.

8. Medición de estadística y resultados:

Estudian si está funcionando dicha estrategia y cuáles han sido los resultados, analizando las estadísticas disponibles.



9. Aportan objetividad:

La agencia podría apreciar cosas de las que la empresa, centrada en su día a día no se da cuenta. Esto puede llevar a mejorar aspectos de la empresa

10. Crear tu marca personal y de valor y contenido propio:

Gracias a la gestión de la comunicación de tu empresa, creas una marca personal. La marca sería lo que los demás piensan de ti, tal cual es tu imagen.



3.7 Funciones del Desempeño de las Relaciones Públicas:

- Investigación y análisis: Recopilar y analizar información relevante sobre la empresa y su entorno.
- Planificación estratégica: Desarrollar planes de comunicación a largo plazo.
- Gestión de la comunicación: Implementar y coordinar las acciones de comunicación.
- Evaluación de resultados: Medir la eficacia de las campañas y ajustar las estrategias si es necesario.

3.8 Funciones del Director y Asesor de Relaciones Públicas:

El Director y Asesor de RRPP tiene un rol crucial que incluye:

- Estrategia: Desarrollar y supervisar la implementación de estrategias de comunicación.
- Análisis: Evaluar el impacto de las acciones de RRPP y hacer ajustes según los resultados.
- Liderazgo: Guiar al equipo de RRPP, asegurando una comunicación efectiva tanto interna como externa.
- Asesoría: Proporcionar orientación a la alta dirección sobre temas de reputación y comunicación.

