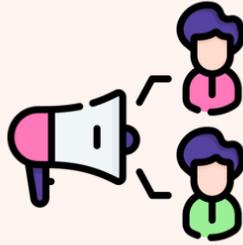


# GENERALIDADES DE

## RELACIONES PÚBLICAS Y PUBLICIDAD.



### 1.3 CONCEPTOS DE RELACIONES PÚBLICAS Y PUBLICIDAD.

#### SEGÚN SCOTT M. CUPLIT Y ALEEN CENTER

La función directiva que establece y mantiene relaciones mutuamente beneficiosas entre una organización y el público de quienes depende su éxito o fracaso.

#### ASOCIACIÓN FRANCESA DE LAS RELACIONES PÚBLICAS

Son las actividades efectuadas por un grupo, con vista a establecer y mantener buenas relaciones, entre los miembros del grupo.



#### JOHN MARSTON AUTOR DEL LIBRO "RELACIONES PÚBLICAS MODERNAS"

Constituyen la función administrativa que evalúa las aptitudes del público, identifica las políticas y los procedimientos de una organización.

#### SEGÚN EL SITIO DEFINICIONES 2022

La publicidad es el conjunto de estrategias con las que una empresa da a conocer sus productos a la sociedad.

### 1.4 FUNCIONES DE LA PUBLICIDAD Y LAS RELACIONES PÚBLICAS.

#### RELACIONES PÚBLICAS

- 1.- Función informativa.**  
Dar a conocer un producto.
- 2. Función persuasiva.**  
Convencer, para lo que le resultan válidos todo tipo de argumentos.
- 3. Función económica.**  
Obtener beneficio



#### PUBLICIDAD

- a.- Función financiadora.**  
Medios de financiación.
- b.- Función sustitutiva.**  
Una representación manipulada de la realidad.
- c.- Función estereotipadora.**  
Se tiende a unificar gustos, hábitos de comportamiento y de vida.

### 1.5 IMPORTANCIA DE LA FUNCIÓN DE LAS 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



Ninguna organización puede prosperar a menos que cuente con el apoyo del público o al menos con su paciencia o aceptación.

### 1.6 OBJETIVOS DE LAS RELACIONES PÚBLICAS



El objetivo central o fundamental de las relaciones públicas es lograr que los diferentes públicos de la organización se conformen con una imagen positiva de ésta.

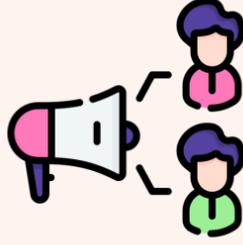
#### OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Lograr prestigio e imagen empresarial.
- Desarrollar programas de Relaciones Públicas internas que permitan lograr mayor entendimiento entre el personal de la empresa.
- Crear y mantener relaciones con los clientes y consumidores.



# GENERALIDADES DE

## RELACIONES PÚBLICAS Y PUBLICIDAD.



### 1.7 EL PAPEL DE LAS RELACIONES PÚBLICAS INTERNACIONALES.

Las Relaciones Públicas Internacionales han tenido y tienen un gran auge con el proceso de globalización, en el que se potencian los intercambios y las interrelaciones comerciales.

A su lado, las instituciones estatales tienen una función sobre la base de establecer planes a largo plazo, creando climas de opinión pública y sobre las instancias públicas de los países.



Esa globalización lleva a las empresas a planificar, desarrollar y aplicar estrategias de Relaciones Públicas que coadyuven a la consecución de contratos.

Las relaciones públicas internacionales van a incrementar su significación y complejidad debido al proceso de globalización, a la gran rapidez en los cambios y la multiplicidad de los actores internacionales.

### 1.8 PRIMEROS PIONEROS DE LAS RELACIONES PÚBLICAS.

#### IVY LEE

A veces llamado el padre de las relaciones públicas y era influyente en el establecimiento de las relaciones públicas como una práctica profesional.

#### EDWARD BERNAYS

Él tomó el criterio de que las audiencias tenían que ser cuidadosamente entendidas y persuadió a verlas cosas desde la perspectiva del cliente.



#### EDWARD CLARKE Y BESSIE TYLER

Fueron influyentes en el crecimiento del Ku Klux Klan a cuatro millones de miembros más durante tres años de uso de técnicas de publicidad en la década de 1920.

#### FRANKLIN DELANO ROOSEVELT Y WOODROW WILSON

Fueron los primeros presidentes en enfatizar el uso de la publicidad.

### 1.9 DIFERENCIAS Y VÍNCULOS ENTRE RELACIONES PÚBLICAS Y PUBLICIDAD

La publicidad puede ser dividida en dos partes o tipos:

- a) **Publicidad promocional directa.** Tiende a incrementar la venta de un producto o servicio determinado.
- b) **Publicidad Institucional.** Que se emplea para tratar de evocar una imagen favorable de una organización.

El primer tipo de publicidad busca:

- **Alcanzar objetivos** diferentes de los de las relaciones públicas, ya que tiende específicamente a incrementar ventas.

Mientras que las relaciones públicas:

- **Persiguen proyectar** una imagen favorable de la organización.

La publicidad promocional es una función diferente y autónoma de la de relaciones públicas, ambas guardan grandes vínculos entre sí:

- Son funciones interdependientes, ya que toda publicidad desviada o de mal gusto puede dar origen a una mala imagen de la organización.



### 1.11 CLASIFICACIÓN DE LAS RELACIONES PÚBLICAS.

#### Relaciones Públicas Externas:

Son las que se establecen entre la organización y los accionistas o propietarios, inversionistas y organizaciones financieras.

- Los clientes actuales y potenciales.
- Los proveedores.
- El gobierno.
- La comunidad
- Medios de comunicación masiva.

#### Relaciones Públicas Internas:

Son las que se establecen entre la organización y el personal de ésta, buscan establecer una comunicación recíproca (y oportuna) entre directivos y empleados.

- En esta clasificación se han agrupado dos o más sectores del público en uno solo.

