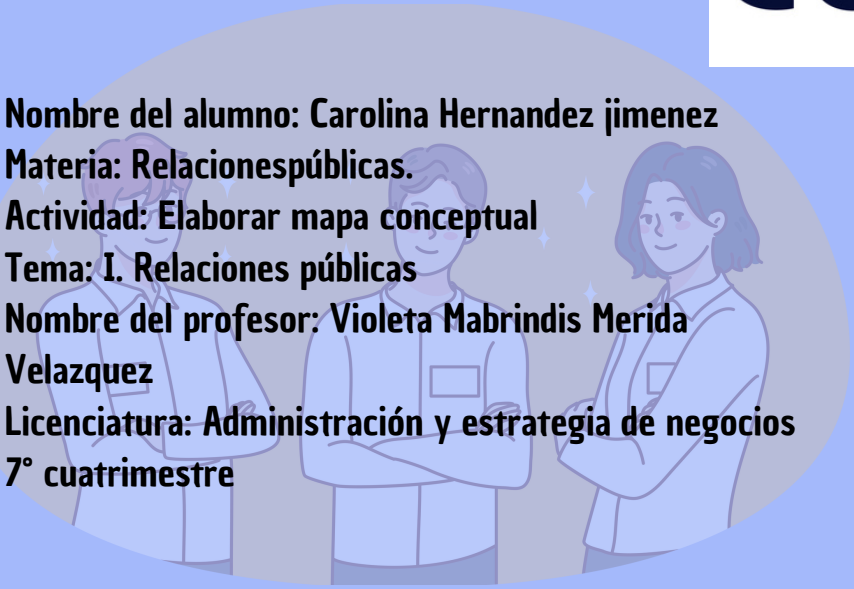

Nombre del alumno: Carolina Hernandez jimenez
Materia: Relacionespúblicas.
Actividad: Elaborar mapa conceptual
Tema: I. Relaciones públicas
Nombre del profesor: Violeta Mabrindis Merida Velazquez
Licenciatura: Administración y estrategia de negocios
7° cuatrimestre

Las relaciones públicas y su desarrollo operativo

El papel de las Relaciones Públicas internacionales.

subtema

Las Relaciones Públicas Internacionales han tenido y tienen un gran auge con el proceso deglobalización, en el que se potencian los intercambios y las interrelaciones comerciales; y esa globalización lleva a las empresas a planificar, desarrollar y aplicar estrategias de Relaciones Públicas que coadyuven a la consecución de contratos.

Características de la actual sociedad Internacional. (Sahagún, 1998)

1. Mundo omnipresente e interdependiente.
2. Mundo interdependiente y complejo. empresas, movimientos ciudadanos, etcétera.
3. Mundo acelerado en el que se producen modificaciones políticas, sociales y culturales a gran velocidad.
4. Mundo arriesgado.

Primeros pioneros de las relaciones públicas

Ivy Lee, llamado el padre de las relaciones públicas y era influyente en el establecimiento de las relaciones públicas como una práctica profesional; En 1906, Lee publicó una Declaración de Principios, que decía que el trabajo de relaciones públicas debe hacerse libremente, debe ser precisa y cubrir temas de interés público.

Edward Bernays, conocido a veces como el padre de las relaciones públicas y el primer teórico de la profesión por su trabajo en la década de; Él vio a las relaciones públicas como una "ciencia social aplicada" que utiliza conocimientos de la psicología, la sociología y otras disciplinas para manejar y manipular el pensamiento y el comportamiento de un público irracional y "gregoriano".

Edward Clarke y Bessie Tyler, Fueron influyentes en el crecimiento del Ku Klux Clan 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.

Diferencias y vínculos entre relaciones públicas y publicidad.

Relaciones públicas,son estrategias diseñadas para gestionar la información de una empresa mediante el uso de plataformas mediáticas y de comunicación.

Clasificación de la relaciones públicas

- Relaciones públicas externas
- Relaciones públicas internas
- Relaciones públicas de negocios
- Relaciones públicas con la comunidad
- Relaciones públicas con los medios

Oportunidades

- Identificación de una coyuntura de eventos y objetivos.
- Análisis de las fortalezas de la organizaciónen sus actividades de relación y comunicación con sus públicos.
- El uso extendido de las tecnologías de la información y de la comunicación.

Problemas

- Es un tema de relación o de comunicación que ha sido identificado como el resultado de eventos pasados.
- La debilidad de las relaciones que una organización tiene con uno o varios públicos.
- Carencia de público, de información sobre la organización, sus políticas, sus productos o servicios, o temas que represente o lidere.

Publicidad,es una forma de comunicación visual, escrita, o auditiva cuya función principal es informar, difundir y persuadir al consumidor sobre un profucto o servicio, insertar una nueva marca o producto dentro del mercado de consumo, mejorar la imagen de una marca o reposicionar un producto o marca en la mente de un consumidor.

Tipos de publicidad

- a) publicidad promocional directa
- b) publicidad institucional

Beneficios objetivos y tareas específicas internas y externas.

Objetivos de las relaciones públicas

– Consolidación y proyección de la imagen de la organización
– Generar opinión publica
– Comunicación de doble vía con los sectores involucrados
– Publicidad institucional de la empresa
– Afianzamiento del factor humano
– Servir de apoyo al área de comercialización
– Realización de campanas destinadas a promover y hacer conocer aspectos determinados de la empresa
– Difusión a nivel de prensa
– Ceremonial y protocolo
– Atraer buen personal y reducir el riesgo de los trabajadores
– Prevenir conflictos y malas interpretaciones
– Fomento del respeto mutuo y la responsabilidad social

Clasificación de actividades de las relaciones públicas
– Análisis de la imagen organizacional en los medios de difusión
– Campañas de imagen corporativa
– Comunicación y promoción
– Estrategias y programas de manejo de la comunicación en situaciones de crisis
– Entrenamiento en relaciones con medios de difusión
– Investigación de opinión y de mercados
– Organización de eventos: congresos, conferencias de prensa, etc.
– Programas integrales de comunicación interna
Programas integrales de relaciones públicas, comunicación corporativa y organizacional
– Producción de piezas de comunicación interna y externa, revistas para empleados,informes anuales, folletos corporativos, etc.
– Relaciones con la comunidad
– Relaciones con medios de comunicación
– Servicios de información (síntesis y análisis)

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

- El gobierno como fuente de crédito
- El gobierno como coordinador
- El gobierno como competidor
- El gobierno como fuente de información

Tendencia en relaciones públicas

Las relaciones públicas tienen un buen futuro si consiguen superar el confusionismo acerca de sus cometidos y funciones y profundizan en determinados aspectos que mejorarán su actividad, tales como la potenciación de la investigación básica y aplicada y la concreción delo que son sus objetivos para hacerlos más acordes con lo que son las necesidades decomunicación de las organizaciones.

Comunicación externa y Comunicación interna.

Es el conjunto de mensajes emitidos por cualquier organización hacia sus diferentes públicos externos, encaminados a mantener o mejorar sus relaciones con ellos, a proyectar una imagen favorable o a promover sus productos o servicios". Rodriguez 1991

La comunicación externa permite a los miembros de la organización coordinar sus actividades con los de su entorno relevante"

Dos actividades interrelacionadas

- Envío de información
- Búsqueda de información

Públicos externos

- Clientes
- Proveedores
- Bancos y entidades de crédito
- Universidades y escuelas superiores
- Medios de comunicación
- Instituciones Públicas

Es el conjunto de actividades efectuadas por cualquier organización para la creación y mantenimiento de buenas relaciones con y entre sus miembros, a través del uso de diferentes medios de comunicación que los mantengan informados, integrados y motivados para contribuir con su trabajo al logro de los objetivos organizacionales". Rodriguez 1991

3 tipo de comunicación interna
- La comunicación interna descendente.
- La comunicación interna ascendente.
- La comunicación interna horizontal.

Nice Mind
www.nicemind.top