



Mi Universidad

**Mapa
conceptual**

Nombre del Alumno: Carlos Daniel García López

Nombre del tema: Unidad I y II

Parcial: I

Nombre de la Materia: Relaciones publicas

Nombre del profesor: Violeta Mabridis Mérida Velázquez

Licenciatura: En administración y estrategias de negocios

Cuatrimestre: 7

RELACIONES PUBLICAS

Las relaciones públicas internacionales pueden definirse como la campaña planificada y organizada por una empresa, institución o gobierno para establecer relaciones de beneficio mutuo con públicos de otros países.

EL PAPEL DE LAS RELACIONES PUBLICAS

Los objetivos de las relaciones públicas internacionales son:

1. Proteger la reputación general de los productos y servicios a nivel internacional.
2. Reforzar la reputación de los productos suministrados por una determinada empresa o industria.

PRIMEROS PIONEROS

Ivy Lee o Edward Bernays

La mayoría de los historiadores creen que las relaciones públicas se establecieron por primera vez en los EE. UU.

La segunda mitad del siglo XX se considera la era de desarrollo profesional de las relaciones públicas.

RELACIONES PUBLICAS Y PUBLICIDAD

VINCULO

-Vinculadas con la Sociología, la Antropología y la Psicología a la hora de tratar con los públicos.
-Ambas profesiones implican un profundo conocimiento del mercado

DIFERENCIAS

-La publicidad tiene como destinatarios audiencias externas, como pueden ser los propios consumidores
-Las relaciones públicas van dirigidas a públicos más específicos como accionistas, proveedores, líderes de opinión, medios de comunicación

OPORTUNIDADES Y PROBLEMAS

Es una herramienta para que las empresas conecten con su público, transmitan su mensaje y generen confianza.

PRINCIPALES PROBLEMAS

- 1.-Poner en foco al público equivocado.
- 2.-Tardar en hacer efecto.
- 3.-No tener mucha información para usar las redes sociales.
- 4.-Hacer un uso excesivo de las redes sociales.

CLASIFICACION DE LAS RELACIONES PUBLICAS.

*Relaciones públicas internas:

Se enfocan en generar confianza entre los colaboradores y empleados de una empresa.

*Relaciones públicas externas:

Se dirigen a crear la imagen corporativa de una empresa ante el público general, los medios de comunicación y otras empresas.

*Relaciones públicas internacionales:

Se refieren a las acciones que una empresa realiza para establecer relaciones con públicos de otros países.

RELACIONES PUBLICAS

Las relaciones públicas internacionales pueden definirse como la campaña planificada y organizada por una empresa, institución o gobierno para establecer relaciones de beneficio mutuo con públicos de otros países.

INTERNAS Y EXTERNAS.

Los beneficios de las RRPP se encuentran:

- 1.-Fortalecer la reputación
- 2.-Generar clientes potenciales
- 3.-Mejorar las relaciones con los stakeholders
- 4.-Fomentar las relaciones con la comunidad
- 5.-Mejorar la gestión de crisis
- 6.-Aumentar el conocimiento
- 7.-Reforzar el posicionamiento

TENDENCIA EN RELACIONES PUBLICAS.

Cuando se habla de tendencias, se toma en cuenta que este término está ligado a la nueva era digital.

Estrategias que al implementarlas pueden causar un impacto positivo para la empresa, eso va dependiendo de la ocasión, es decir, actualmente hay una gran evolución en cuanto a lo digital, debido a la pandemia que se presentó, la cual provocó que muchas personas tuviesen que trabajar de manera virtual.

COMUNICACION INTERNA

Conjunto de estrategias y acciones que se enfocan en comunicar con los empleados de una empresa:

Objetivos

Su objetivo es mantener la cohesión y motivación del grupo, así como informar sobre la empresa y sus acciones.

Herramientas

Se pueden utilizar pizarras informativas, reuniones, correos electrónicos, publicaciones periódicas, entre otros.

Manual del empleado

Es una de las principales herramientas de las RRPP internas, y debe reflejar los derechos de los trabajadores y el compromiso de la empresa.

COMUNICACION EXTERNA

La comunicación externa se refiere al conjunto de acciones informativas que una empresa dirige con el objetivo de reforzar las relaciones con diferentes públicos, ya sea sobre la propia compañía o sobre sus productos o servicios.

BIBLIOGRAFÍA

1.- <https://infosol.com.mx/miespacio/relaciones-publicas-internacionales-la-nueva-era-del-marketing-global/>

2.- <https://www.ceupe.com/blog/el-vinculo-entre-publicidad-y-relaciones-publicas-sabes-en-que-se-parecen.html>

3.- <https://blog.hubspot.es/marketing/comunicacion-externa#:~:text=en%20cualquier%20momento.-,%C2%BFQu%C3%A9%20es%20la%20comunicaci%C3%B3n%20externa%3F,sobre%20sus%20productos%20o%20servicios.>