



Nombre de alumno: Francisco Javier Gómez Hernández

Nombre del profesor: Violeta Mabridis Merida

Nombre del trabajo: Mapa conceptual

Materia: relaciones publicas

Grado: LAN02SSC1022

Grupo: A

Comitán de Domínguez Chiapas a 16 de septiembre de 2024.

GENERALIDADES DE RELACIONES PUBLICAS Y PUBLICIDAD

El papel de las relaciones publicas internacionales: Esa globalización lleva a las empresas a planificar, desarrollar y aplicar estrategias de Relaciones Públicas que coadyuven a la consecución de contratos.

Primeros pioneros de las relaciones publicas

Ivy Lee
Trabajó en las relaciones públicas a partir de 1906, cuando fue contratado por la Industria Americana del Carbón para mejorar las relaciones internas y con la comunidad. Lee es considerado el creador de las notas de prensa.

Edward Bernays
Se considera a sí mismo el padre de las relaciones públicas. Bernays fue un reportero austro-estadounidense que creó la idea de que la imagen pública de una persona o compañía se puede administrar

Basil Clarke
Es considerado el fundador de las relaciones públicas en Reino Unido. Clarke abrió la primera agencia de relaciones públicas en el Reino Unido y publicó el primer código de ética sobre este campo

Diferencia y vinculo entre relaciones publicas y publicidad

Es comprensible que se confunda frecuentemente la función de publicidad con la de relaciones públicas, ya que esta última tuvo su origen en aquella, puesto que la publicidad fue uno de los primeros y más importantes medios de que se valieron las relaciones públicas, e incluso hay quienes afirman que la publicidad fue el primer tipo de relaciones públicas que se puso en práctica.

Oportunidades y problemas de relaciones publicas.

Una oportunidad de relaciones públicas es la identificación de una coyuntura de eventos y objetivos que ofrece un escaparate óptimo para utilizar estrategias de comunicación con el objetivo de mejorar las relaciones internas y/o externas de una organización y, por ende, sus fines organizativos.

El problema ofrece una perspectiva diferente, contraria incluso. Un problema de relaciones públicas es un tema de relación o de comunicación que ha sido identificado como el resultado de eventos pasados, actividades corrientes y proyecciones futuras, y que probablemente impide que la organización alcance sus fines.

Clasificación de las relaciones publicas.

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.

Relaciones Públicas Internas.
Son las que se establecen entre la organización y el personal de ésta

LAS RELACIONES PUBLICAS Y SU DESARROLLO OPERATIVO

Beneficios objetivos y tareas específicas internas y externas: Las empresas suelen contratar los servicios de las agencias de Relaciones Públicas con el objetivo de alcanzar una mayor cobertura de mercado. Como sabemos, los objetivos del Marketing deben basarse en acciones programadas y consistentes para lograr persuadir y motivar a nuestro mercado objetivo que adquiera nuestros productos y/o servicios.

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

Es importante que cada organización aplique los preceptos de relaciones con las organizaciones financiadoras recomendados en el capítulo correspondiente, en sus relaciones con aquellas sociedades nacionales de crédito que puedan llegar a financiarla, a fin de facilitar el proceso de obtención de créditos.

Tendencia en relaciones públicas

Las relaciones públicas tienen un buen futuro si consiguen superar el confucionismo 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 de lo que son sus objetivos para hacerlos más acordes con lo que son las necesidades de comunicación de las organizaciones.

Comunicación externa.

La creciente interdependencia de las organizaciones ha dado lugar a un mundo donde existe una necesidad de coordinación y cooperación efectiva entre las organizaciones y su entorno cada vez es más importante establecer relaciones de comunicación entre organizaciones, incluso a nivel internacional, desarrollando canales claros, aminorando diferencias interculturales y promoviendo prácticas comunes.

Comunicación interna

A pesar de que la importancia de la comunicación interna se viene remarcando desde variados puntos de vista económico, recursos humanos, management, organizativo es necesario señalar que no cuenta con la suficiente cobertura material y psicológica de las organizaciones, materialmente porque no cuenta con un presupuesto consolidado que se mantenga año a año y con el personal cualificado que requiere este tipo de comunicación

Bibliografía:

Carretón Carmen, las relaciones públicas en la gestión de la comunicación interna, EditorialAIRP, Alicante, España, 2009.

Castillo Antonio, Introducción a las Relaciones Públicas, Edit. IIRP, España, 2010
Ríos Jorge, relaciones PÚBLICAS, Editorial Trillas

<https://www.emprender-facil.com/clientes-actuales-y-potenciales/> ANTONIO DI GENOVA
GROUP <https://antoniodigenova.com/relacionespublicas-orientadas-a-potenciar-el-turismo/>