



Mi Universidad

MAPA CONCEPTUAL



Nombre del alumno: Leticia mayo López

Materia: relaciones publicas.

Nombre del profesor: Violeta Mabridis Mérida Velázquez.

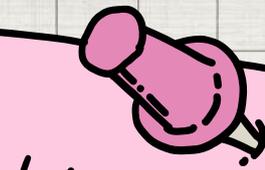
Licenciatura: Administración y estrategia de negocios

7° cuatrimestre

EL PAPEL DE LAS RELACIONES PUBLICAS INTERNACIONALES.

¿QUE SON?

LAS RELACIONES PUBLICAS PUEDEN DEFINIRSE COMO LA CAMPAÑA PLANIFICADA Y ORGANIZADA POR UNA EMPRESA, YA QUE ESTABLECE RELACIONES DE BENEFICIO MUTUO CON PUBLICOS DE OTROS PAISES.



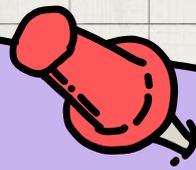
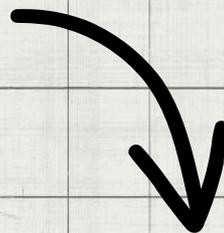
LA IMPORTANCIA

NO SOLO FACILITAN LA COMUNICACION Y EL ENTENDIMIENTO ENTRE NACIONES Y ORGANIZACIONES, SI NO QUE TAMBIEN DESEMPEÑAN UN PAPEL CRITICO EN LA GERENCIA CORPORATIVA.



FUNCION

LAS RELACIONES INTERNACIONALES SON UN CAMPO DE ESTUDIO YA QUE SE OCUPA DE LOS VINCULOS E INTERACCIONES ENTRE LOS ESTADOS EN EL AMBITO POLITICO, ECONOMICO, CULTURAL Y SOCIAL.



OBJETIVO

ES COMPRENDER Y ANALIZAR LOS PROCESOS QUE INFLUYEN EN LAS RELACIONES ENTRE PAISES Y COMO AFECTAN AL SISTEMA INTERNACIONALES.



PRIMEROS PIONEROS DE LAS RELACIONES PUBLICAS

PADRE DE LAS RRPP

IVY LEE
HITLER
JOSEPH GOEBBELS

Ivy Lee:



Hitler



Joseph Goebbels



HISTORIA

EDWARD BERNAYS NACIO EN VIENA, AUSTRALIA EN 1891 ESTUDIO AGRICULTURA Y PERIODISMO EN CORNELL UNIVERSITY, SOBRINO Y SEGUIDOS DE SIGMUND FREUD. INTRODUJO EL ESTUDIO CIENTIFICO DE LAS RRPP. APLICÓ LA PSICOLOGIA. APLICÓ LA PERSUASION Y LA PROPAGANDA COMO ESTRATEGIAS PARA EL EXITO INSTITUCIONAL Y COMERCIAL. 1923 "CRISTALIZANDO LA OPINION PUBLICA" 1928 "PROPAGANDA"



INVENTO LA DENOMINACION "CONSEJO EN RELACIONES PUBLICAS" 1919 ER OFICINA DE LAS RELACIONES PUBLICAS.

BERNAYS APORTO OCHO ETAPAS

1. DEFINIR LOS OBJETIVOS
2. INVESTIGAR A LOS PUBLICOS REALMENTE ALCANZABLES.
3. MODIFICAR LOS OBJETIVOS PARA CONSEGUIR LAS METAS.
4. DECIDIR LAS ESTRATEGIAS A REALIZAR.
5. CREAR Y DESARROLLAR EL MENSAJE. NECESARIA PARA EJECUTARIA.
6. PROGRAMAR DETALLAMENTE LA ACCION Y LA ORGANIZACION
7. ESPECIFICAR EL PLAN TACTICO Y SU PROGRAMACION TEMPORAL.
8. DESARROLLAR LAS TACTICAS PREVIAMENTE ESTABLECIDAS.

DIFERENCIAS Y VINCULOS ENTRE RELACIONES PUBLICAS Y PUBLICIDAD

CONCEPTO

LAS RELACIONES PUBLICAS Y LA PUBLICIDAD SON DOS DISCIPLINAS DE COMUNICACION QUE TIENEN COMO OBJETIVO Y METODOS DE DIFERENTES A MENUDO QUE SE COMPLEMENTAN EN UNA ESTRATEGIA DE COMUNICACION.

SE RELACIONAN

LAS RELACIONES PUBLICAS SE CENTRAN EN CREAR UNA RELACION POSITIVA ENTRE UNA EMPRESA Y SU PUBLICO, MIENTRAS QUE LA PUBLICIDAD SE CENTRA EN PROMOCIONAR LOS PRODUCTOS O SERVICIOS DE UNA EMPRESA A TRAVES DE MENSAJES PAGADOS.



OBJETIVOS

LAS RELACIONES PUBLICAS TIENE COMO OBJETIVO INFORMAR, EDUCAR Y CREAR CONOCIMIENTO, MIENTRAS QUE LA PUBLICIDAD TIENE COMO OBJETIVO VENDER. TAMBIEN PUEDEN RELACIONARSE, MIENTRAS QUE LA PUBLICIDAD SE ENFOCA UNICAMENTE EN LOS PUBLICOS EXTERNOS.

QUE SE HACE

DISEÑAR Y EJECUTAR CAMPAÑAS DE PUBLICIDAD INTERPRETAR LA OPINION PUBLICA, ORGANIZAR EVENTOS, PRODUCIR MATERIAL AUDIOVISUAL O RADIOFONICO.

CLASIFICACION DE LAS RELACIONES PUBLICAS

¿QUE ES EL PUBLICO?

CONJUNTO DE PERSONAS SITUADAS EN EL INTERIOR DE LA ZONA DE ACCION DE UNA ORGANIZACION DETERMINADA Y EN CONDICIONES DE INFLUIR SOBRE LA ACTIVIDAD DE ESTA. TODA ORGANIZACION TENDRA SU PROPIO CONJUNTO DE PUBLICOS, ALGUNOS SERAN MAS IMPORTANTES QUE OTROS. LA IMPORTANCIA RELATIVA DE CADA GRUPO VARIARA EN FUNCION DE LO QUE ESTE CURIENDO EN LA ORGANIZACION.

SE CLASIFICAN DE ACUERDO A VARIOS CRITERIOS.

- INTERNAS Y EXTERNAS
- EMPRESARIALES, INSTITUCIONALES Y POLITICAS
- NEGATIVAS O NEGRAS

LAS RELACIONES PUBLICAS SON UNA FUNCION DIRECTIVA QUE AYUDA A ESTABLECER Y MANTENER LINEAS DE COMUNICACION ENTRE UNA ORGANIZACION Y SUS PUBLICOS.

TIPOS DE RELACIONES PUBLICAS

- RELACIONES PUBLICAS EXTERNAS
- RELACIONES PUBLICAS INTERNAS
- RELACIONES PUBLICAS MIXTOS.
- RELACIONES PUBLICAS DE NEGOCIOS.
- RELACIONES PUBLICAS CON LA COMUNIDAD.
- RELACIONES PUBLICAS CON LOS MEDIOS.
- RELACIONES PUBLICAS EN REDES SOCIALES.



SE CLASIFICAN

- LAS RELACIONES PUBLICAS EMPRESARIALES: ESTAN DIRIGIDAS HACIA TODOS LOS TIPOS DE EMPRESAS.
- LAS RELACIONES PUBLICAS INSTITUCIONALES: CREAN CONTACTOS CON LAS UNIVERSIDADES Y LAS ORGANIZACIONES NO GUBERNAMENTALES.
- LAS RELACIONES PUBLICAS: TIENDEN A MANTENER RELACIONES CON LOS PARTIDOS POLITICOS Y SUS REPRESENTANTES.

RELACIONES CON EL GOBIERNO ACTITUD, VALORACION DE SITUACIONES, AYUDA ESTATAL.

LAS RELACIONES CON EL GOBIERNO ES COONSIDERADO COMO FUENTE DE CREDITO COBRANDO MAYOR IMPORTANCIA A PARTIR DEL PRIMERO DE SEPTIEMBRE DE 1982 FECHA QUE FUE ENTREGADO EL DECRETO POR EL CUAL SE NACIONALIZO LA BANCA PRIVADA.

TRES ASPECTOS DEL GOBIERNO

- EL GOBIERNO COMO FUENTE DE CREDITO
- EL GOBIERNO COMO COORDINAR
- EL GOBIERNO COMO COMPETIDOR.

LOS TRES ASPECTOS DEL GOBIERNO MENCIONADOS HASTA AHORA CONVIERTEN A ESTE EN UN COORDINADOR DE LA ECONOMIA Y ACTIVIDADES NACIONALES. FUNCION QUE REALIZA CON EL FIN DE LOGRAR UN DESARROLLO ARMONICO Y EQUILBRADO DEL PAIS.

LAS POLITICAS TAMBIEN TIENE EL POTENCIAL DE FOMENTAR LA MOVILIDAD SOCIAL, PERMITIENDO QUE LAS PERSONAS SUPEREN BARRERAS Y ACCEDAN A OPORTUNIDADES DE DESARROLLO.

tendencias en relaciones publicas

¿QUE SON?

LAS TENDENCIAS DE MARKETING SON LAS ESTRATEGIAS, TECNICAS Y TECNOLOGIAS MAS RECIENTES Y EMERGENTES QUE SE UTILIZAN PARA LLEGAR A LOS CLIENTES Y CAPTARLOS.

UNA TENDENCIA ES UN ESTILO O UNA COSTUMBRE QUE DEJA UNA HUELLA EN UN PERIODO TEMPORAL O EN UN SITIO.

TRES CLASIFICACIONES IMPORTANTES

LAS TENDENCIAS, FRECUENTEMENTE SE DIVIDEN EN TENDENCIAS DE LARGO PLAZO O TENDENCIA PRINCIPAL, DE MEDIANO PLAZO O TENDENCIA INTERMEDIA Y DE CORTO PLAZO O TENDENCIA INMEDIATA.

5 ELEMENTOS DE RELACION PUBLICA

1. ORGANIZACIONES.
2. PUBLICOS.
3. PROCESO DE COMUNICACION.
4. PROCESO NO LINEALES.
5. RELACIONES DE INTERCAMBIO.

COMUNICACION EXTERNA Y INTERNA



LA COMUNICACION EXTERNA ES EL CONJUNTO DE ACCIONES QUE UNA EMPRESA REALIZA PARA TRANSMITIR INFORMACION A PUBLICOS EXTERNOS, CON EL OBJETIVO DE REFORZAR LAS RELACIONES CON ELLOS.

LA COMUNICACION INTERNA ES UNA HERRAMIENTA Y CANALES QUE UNA EMPRESA UTILIZA PARA TRANSMITIR Y RECIBIR INFORMACION ENTRE SUS EMPLEADOS.



BENEFICIOS DE LA COMUNICACION EXTERNA

- MEJORAR LA IMAGEN Y REPUTACION DE LA EMPRESA.
- ESTABLECER UNA COMUNICACION CLARA Y EFECTIVA CON LOS CLIENTES Y EL PUBLICO.
- AYUDAR A CREAR UNA IMAGEN POSITIVA DE LA EMPRESA EN EL MERCADO.

LA IMPORTANCIA DE LA COMUNICACION INTERNA ES MUY IMPORTANTE YA QUE AYUDA A OBTENER MEJORES RESULTADOS, CONTRIBUYE A MEJORAR EL CLIMA LABORAL, FOMENTAR EL TRABAJO EN EQUIPO, MEJORAR LOS RENDIMIENTOS.

EJEMPLOS

- CAMPAÑAS PUBLICITARIAS EN MEDIOS DE COMUNICACION MASIVOS COMO LA TELEVISION, LA RADIO, Y LAS PLATAFORMAS DIGITALES.
- NOTAS DE PRENSA O COMUNICADOS.
- WEB CORPORATIVA.
- BLOG.
- REDES SOCIALES.
- BOLETINES DIGITALES.
- LLAMADAS TELEFONICAS.

DOS TIPOS DE COMUNICACION INTERNA:

DESCENDENTE

ASCENDENTE

LA COMUNICACION DESCENDENTE ES LA QUE VA DE LOS MANDOS SUPERIORES A LOS EMPLEADOS DE RANGOS INFERIORES, MIENTRAS QUE LA COMUNICACION ASCENDENTE ES LA QUE VA DE LOS SUBORDINADOS A LOS JEFE.

LA COMUNICACION EXTERNA SE REFIERE AL CONJUNTO DE INFORMACIONES QUE UNA EMPRESA DIRIGE CON EL OBJETIVO DE REFORZAR LAS RELACIONES CON DIFERENTES PUBLICOS, YA SEA SOBRE LA PROPIA COMPANIA O SOBRE SUS PRODUCTOS O SERVICIOS.

SE DESARROLLA UN PLAN EFECTIVA CON LAS SIGUIENTES PREGUNTAS:

- ¿A QUIENES DEBE IMPACTAR?
- ¿CON QUIENES SE DESARROLLA?
- ¿DONDE Y CUANDO SE REALIZA?
- ¿CON QUE MEDIOS SE DEBE LLEVAR A LA PRACTICA?
- ¿CUAL DEBE SER SU DURACION?
- ¿PARA QUE SE DEBE IMPLEMENTAR?

