

CONCEPTOS BÁSICOS DE RELACIONES PÚBLICAS

POR JORGE EVERARDO AGUILAR MORALES

marker

marker

¿Qué son las relaciones públicas?

- **Denny Griswold** fundador de la revista **Public Relations News**, define a las relaciones públicas como la función directiva que evalúa las actitudes públicas, identifica las políticas y procedimientos de un individuo u organización relativas al interés público y planifica y ejecuta un programa de acción para lograr la comprensión y aceptación públicas

marker

marker

- **Una definición más sencilla diría que son las acciones que realizan toda industria, unión, corporación, profesión, gobierno u otra organización con el objeto de darse a conocer entre sus públicos meta y crear una opinión y una actitud favorable hacia ella.**

marker

marker

¿Qué es un público?

- **Público son los grupos cuya opinión o actitudes influyen en el desarrollo de una organización.**

marker


marker

¿Cuáles son los públicos de una organización?

- Internos
- El personal de la empresa
- Sindicatos
- Consejo de administración
- Administrativos
- Familias de los empleados
- Directivos y superiores
- Accionistas

marker

marker

- 
- Externos
 - Prensa y medios masivos
 - Competidores
 - Proveedores
 - Grupos de interés especial o de presión
 - Líderes de la comunidad
 - Comunidades de vecinos
 - Comunidad internacional
 - Comunidad inversora, inversionistas en general, y organizaciones financiadoras
 - Bancos aseguradoras
 - Asociaciones comerciales
 - Concesionarios y distribuidores
 - Los clientes: minoristas, mayoristas, asociaciones de comerciantes
 - El gobierno federal, estatal y municipal
 - Legisladores federales, estatales y locales
 - Autoridades reguladoras
 - Comunidad académica

marker

marker

¿Cuáles son las funciones o acciones que se realizan en las relaciones públicas?

- Investigar y evaluar las opiniones y actitudes que los públicos objetivos tienen sobre la organización
- Realizar la planeación de los programas de relación públicas en una organización
- Ejecutar el programa de relaciones públicas de la empresa
- Evaluar el programa de relaciones públicas de la empresa

marker

marker

INVESTIGAR Y EVALUAR LAS OPINIONES Y ACTITUDES QUE LOS PÚBLICOS OBJETIVOS TIENEN SOBRE LA ORGANIZACIÓN IMPLICA UTILIZAR ALGUNA DE LAS SIGUIENTES TÉCNICAS

- Análisis de quejas
- Análisis de la correspondencia
- Análisis de contenido de medios masivos
- Análisis de informes del personal de ventas
- Análisis de resultados
- Investigación motivacional: pruebas proyectivas y entrevistas de profundidad
- Encuestas
- Entrevistas
- Cuestionarios
- Observación
- Experimentación
- Grupos de enfoque
- Paneles Delphi
- Simulaciones
- Auditorías de comunicación

marker

marker

REALIZAR LA PLANEACIÓN DE LOS PROGRAMAS DE RELACIÓN PÚBLICAS EN UNA ORGANIZACIÓN CONSISTE EN DEFINIR

- **Las políticas de relaciones públicas**
- **Los procedimientos de relaciones públicas**
- **Los presupuestos destinados a las relaciones públicas**
- **Los códigos de conducta un individuo u organización relativas al interés público**
- **Los programas de acción generales y específicos para lograr la comprensión y aceptación públicas**

marker

marker

EJECUTAR EL PROGRAMA DE RELACIONES PÚBLICAS DE LA EMPRESA, PARA LO CUAL SE DEBERÁ

- **Proporcionar información, de acuerdo al público objetivo, sobre**
 - La organización
 - Reglamentos y normas
 - Prestaciones y servicios sociales
 - Productos y servicios
 - Actividades de investigación
 - Situación de la mercadotecnia
 - Situación financiera
 - Relaciones Laborales
 - Planes de desarrollo
 - Aporte a la comunidad
 - Mejoras en la organización

marker

marker

- **Desarrollar e instrumentar de acuerdo al público meta:**

- **Documentos**

- Manuales de bienvenida
- Boletines, revistas o periódicos internos
- Murales o tablero de anuncios
- Informes anuales
- Informes especiales
- Correspondencia
- Documentales
- Audios

- Biografías
- Historia de la empresa
- Hojas de hechos
- Lista de preguntas frecuentes
- Fotografías
- Historiales del producto o su consumo
- Artículos científicos
- Presentaciones

marker

marker

• **Publicidad institucional**

- **Publicity**
- **Publicidad testimonial**
- **Publirreportajes**

• **Visitas a la organización**

• **Exposiciones**

- **Participación en ferias**
- **Organización de exposiciones**

marker

marker

- **Un programa de medios**

- Seguimiento de medios
- Rueda de prensa
- Dossier
- Boletines de prensa
- Avisos
- Cartas al editor
- Un sistema de portavoces

- **Discursos**

- Conferencias
- Cabildeo
- Patrocinios
- gestión de sitios web
- Un sistema de obsequios y regalos institucionales

marker

marker

- **Teléfonos gratuitos**
- **Servicios a la comunidad**
- **Recaudación de fondos**
- **Una Identidad corporativa**
- **Establecer un defensor del consumidor y**
- **Gestionar una situación de crisis**

marker

marker

¿POR QUÉ SON IMPORTANTES LAS RELACIONES PÚBLICAS?

Las relaciones públicas facilitan

- Prevenir conflictos laborales
- Promover el desarrollo de la productividad
- Manejar la administración de los recursos humanos
- Promover la inversión
- Promover las ventas
- Facilitar las compras
- Facilitar trámites legales
- Generar condiciones ambientales favorables para la empresa

marker

marker

CRÉDITOS

CONCEPTOS BÁSICOS DE RELACIONES PÚBLICAS: Jorge Everardo Aguilar-Morales 2018

Si desea mayor información, comuníquese con nosotros y con gusto le brindaremos la orientación que requiera.

marker

marker



DIRECCIÓN
DE PERSONAL .COM



Direcciondepersonal.com es una marca registrada.

Todos los materiales tienen derechos de autor pero existe la autorización para que puedan ser reproducidos sin fines de lucro y notificando a los autores de su reproducción.

Algunas de las ilustraciones pudieron haber sido tomadas de sitios de acceso libre, si posee los derechos de autor de ellas comuníquese con nosotros y a la brevedad retiraremos la imagen de la presentación.

marker

marker

DIRECCIÓN
DE PERSONAL .COM



Es un sitio auspiciado por

**GESTIÓN DEL
COMPORTAMIENTO
ORGANIZACIONAL**
CONSULTORÍA



El primer despacho de consultoría en América Latina que utiliza de forma explícita los principios derivados de las ciencias del comportamiento PARA MEJORAR LA PRODUCTIVIDAD Y LA SATISFACCIÓN DEL PERSONAL en un ambiente de trabajo colaborativo.

E-mail: gestiondelcomportamiento@gmail.com

En Facebook [/Jorge Everardo Aguilar Morales](#)

[/direcciondepersonal](#)

marker

marker