|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Relaciones Públicas Internas** | **Relaciones Públicas Externas** | **Relaciones Públicas Internacionales** |
| Descripción   * Los propios empleados vienen a constituir la imagen que refleja el espíritu de la compañía. Son el activo de una empresa, por lo que deben ser cuidados y atendidos como tal. Esta principal característica me parece excelente puesto que si los empleados se tratan bien, trabajan y darán resultados buenos, además de la equidad y el ambiente de trabajo será fructífero. * Establecen entre directivos y empleados una buena comunicación entre ambos, que tienda a lograr que el personal de la organización colabore satisfecho con ella y sus actividades. Con ello se logran objetivos, necesidades y metas al trabajar en equipo. * El objetivo de las relaciones públicas internas es lograr una armonía de intereses y objetivos entre empleadores y empleados * Un programa de relaciones públicas internas siempre debe tener en cuenta tres anhelos: seguridad, oportunidades de promoción y reconocimiento. De esta forma logran fortalecer relación empresa con empleado y empleadores. * La comunicación interna es el elemento que permite que los públicos internos de una organización participen en el proceso de formalización y de toma de decisiones mediante la información y la participación. * Sus principales herramientas de comunicación que utiliza con el personal son: Manual del empleado, reuniones informativas, revistas o periódicos internos, revistas de prensa, círculos de calidad, tablones de anuncios, buzón de sugerencias, circulares, entrevistas, visitas o jornadas de puertas abiertas, Intranet, la realidad virtual y videoconferencia, las cuales tienen el fin de ayudar a cumplir con el proceso de trabajo para obtener éxito. * Además de que para lograr la implantación y apertura de delegaciones empresariales en otros países conlleva el aumento de las relaciones públicas internas, ya que los trabajadores, e incluso los accionistas, deben poseer canales de comunicación internos que les permitan disponer de una comunicación adecuada, para ello recurren a la multitud de instrumentos tecnológicos al alcance de las organizaciones. Con ello me queda claro que el avance de la ciencia y tecnología son básicas para que exista y se fortalezcan las relaciones públicas. * Constituye una herramienta fundamental de relación entre organización y públicos * Son un importante medio para mejorar la cuenta de resultados, conseguir unas relaciones interpersonales más adecuadas y mejorar la imagen pública de la empresa. | Descripción   * Constituyen una actividad esencial, por medio de las cuales las empresas, las asociaciones y los organismos gubernamentales se comunican con los diversos públicos para: transmitir una imagen fiel y exacta de la Empresa. Con dicha fidelidad se logra desde mi punto de vista una excelente publicidad y consumismo. * Establecen un entendimiento mutuo por lo que contribuyen a la comunidad con su comunicación. Nuevamente el trabajo en equipo resalta en este tipo de relación pública y me es factible mencionar que es la base primordial del éxito. * Hacen conocer su valor como fuente de trabajo, su aporte a la Economía Nacional y su prestigio en el orden internacional. * Consta de los públicos externos, los cuales son numerosos con muy diversos intereses y su importancia es variable. Con este tipo de públicos tiene sin duda alguna más auge. * Tiene relaciones con los medios masivos de comunicación: televisión, prensa, radio, Internet, ya que son los principales protagonistas que a mi opinión influyen bastante al público externo. Y la influencia tiene sus pros y contras ya que consideró que muchas de las veces nos impiden objetivar la realidad. * El público de la empresa decide si una empresa es buena o no. También los proveedores constituyen un punto importante, ya que son los que ofrecen el punto de partida para la producción de bienes y servicios. Con lo anterior es claro que la determinación del buen funcionamiento la decide el público, pero como bien lo mencione anteriormente al tratarse de un público externo volvemos a que es subjetivo y muchas veces se envuelve en consumismo e imágenes subliminales. * Sus líderes de opinión pueden ser: sacerdotes, políticos, consumidores expertos, columnistas de periódicos, presentadores de televisión, los cuales son un público de gran valor, pero si están mal informados será negativo para la organización. Muchas de las veces la mayoría de las realidades se maquillan, opino que aun más al tener como coordinadores a este tipo de líderes. * Los accionistas suelen recibir la publicidad, pero constituyen una audiencia de gran importancia a la que hay que llegar a veces con mensajes específicos; y eso se puede hacer mediante una publicidad selectiva, mientras que en las relaciones públicas internas las mejores fuentes de la información son las más cercanas a los empleados, las relaciones publicas externas están basadas en la prensa y propaganda. | Descripción   * Es uno de los ámbitos de las relaciones públicas menos comprendidos y estudiados. Esto se debe a que son complejas y están adentradas a la globalización. * las relaciones internacionales deben acomodarse a las características propias de los países ("Pensar globalmente pero actuar localmente"). Puesto que produce modificaciones sociales, políticas y culturales, además desde mi punto de vista el actuar localmente es referido a que funcionan en las empresas y movimientos ciudadanos o a lo que sea referido, pero siempre con ideales generales y globales. Un punto a favor y excelente que logra su progreso y que por esos sean internacionales. * Para poder realizar una correcta campaña de relaciones públicas internacionales se debe recurrir a la metodología propia de una estrategia de relaciones públicas: investigación, planificación, ejecución y evaluación. Con la implantación de la metodología es evidente que el proceso de campaña se realiza ordenadamente y con objetivos precisos y claros. * La actual sociedad internacional posee una serie de características que son: Mundo omnipresente e interdependiente, complejo, arriesgado y acelerado, por lo que nos conducen a no solo depender de nuestras actuaciones sino de las de los demás. De ahí que se utilice el término globalización. * las principales actividades de relaciones públicas internacionales son llevadas por empresas que operan en otros países. Ello me parece muy bien al intercambiar y ser relaciones conllevadas a conocerse en otros países, además de la propiciación a la globalización e interrelaciones comerciales y sobre todo la implementación de algo nuevo y diferente en el avance cotidiano dentro de las redes sociales. * Las relaciones públicas internacionales pueden ser realizadas por entidades públicas y privadas. Donde desarrollan estrategias de comunicación. * La proacción es una de sus características porque de lo que se trata es de que el emisor tome la iniciativa para configurar su imagen. * La actividad de las relaciones públicas internacionales está directamente relacionada con el incremento del volumen exportador de los países, cuanto mayor es la implicación empresarial en otros países, mayor es el desarrollo cualitativo y cuantitativo de las relaciones públicas. * Las técnicas de las Relaciones Públicas Internacionales se compone por organización, información, asesoramiento, contactos, especialistas, idioma para así lograr ser proactiva. Que a mi entendimiento es lograr la eficacia y eficiencia porque toman su propia iniciativa y tienen siempre una actitud positiva y la organización tiene su propio control de su conducta en forma activa y desde luego con buenos logros. * La actividad desarrollada por relaciones públicas internacionales debe ser dirigida, planificada y aplicada por un profesional de las mismas, donde desde luego es proactivo y eficaz. * Los especialistas en relaciones públicas internacionales son intérpretes culturales; porque deben comprender la cultura empresarial y general tanto de sus clientes como del país en que éstos desean realizar actividades comerciales. Deben de conocer y dominar las expectativas globales de los países. * la Asociación Internacional de Relaciones Públicas ha elaborado un código ético que establece los parámetros que deben medir la conducta profesional de las relaciones públicas internacionales. Con ello nos garantiza su trabajo de forma profesional. |