



Relaciones Públicas

Objetivos de la carrera

Construir y mantener el prestigio de empresas, de sus productos o servicios, de individuos y otras entidades.

En la empresa, su objetivo es lograr un clima organizacional sano, que contribuya al acercamiento, la confianza y comprensión de todas las personas relacionadas con ella. Esto constituyen una herramienta estratégica de gran valor para su desarrollo, ya que para competir exitosamente en el mercado actual y futuro, las empresas y organizaciones en general deben contar con la aceptación, valoración y apoyo tanto de las personas al interior de ellas como de la comunidad donde se encuentran insertas.

Perfil del Profesional.

Los relacionadores públicos -en general- se preocupan de la estrategia comunicacional ya sea de una persona pública (artista, político, empresario, líder de opinión), una idea, un producto, una pequeña o una gran empresa. Pero la carrera está orientada fundamentalmente a la empresa.

Durante mucho tiempo, los periodistas han sido los relacionadores públicos, dada su experiencia y relación con los medios de comunicación, pero era necesario un profesional con mayor acento en la comunicación organizacional.

El Relacionador Público es la voz y el lenguaje de las instituciones. Está entrenado en el área de las relaciones interpersonales y es un estratega de las comunicaciones. Con una visión integral de la empresa gobierna su Comunicación Organizacional.

Desarrolla estrategias de Imagen Corporativa, que corresponde a una buena imagen de la institución en el medio donde se desarrolla, fundamental en una sociedad que exige referentes creíbles.

Cuenta con una sólida formación cultural y social en temas vinculados con la actualidad nacional e internacional que le permite un manejo correcto de situaciones de crisis comunicacional en que la empresa se puede ver envuelta. Frente a un problema comunicacional concreto, el profesional analiza el caso, propone cambios y asesora en dichos cambios.

mi-carrera.com

Una buena imagen se consigue:

- *Con un conocimiento real de los públicos con que la empresa se relaciona, entender cómo son, de manera de poder inferir sus inquietudes.*
- *Estos públicos vinculados a ella pueden estar constituido por otras empresas que la abastecen de productos o le prestan servicios , empresas a las cuales vende sus productos o servicios, organizaciones de gobierno con las que está relacionada por políticas gubernamentales o ministeriales que la empresa debe respetar, y público en general que adquiere sus productos o servicios.*
- *Logrando que la empresa se dé a conocer dentro de la sociedad, es decir se conozca lo que hace y su rol dentro de ella. Esto produce lazos estrechos muy positivos para la gestión de los negocios.*

En el caso de empresas que se han expandido al exterior requiere de alguien interiorizado en relaciones internacionales que conozca el desarrollo histórico de los países donde van.

Debe además:

Satisfacer los requerimientos comunicacionales internos de la empresa ya que las interacciones comunicativas constituyen la materia prima de su arquitectura organizacional.

Debe detectar anticipadamente los problemas, y cuando estos se presentan, debe ser un “solucionador de conflictos”.

Una buena comunicación al interior de la empresa mejora su gestión, organización y coordinación lo que redundará en un mejor servicio de atención a sus clientes, una mayor calidad en sus productos, y un reforzamiento de su credibilidad, validez y posicionamiento en el mercado, asunto fundamental para el éxito de las negociaciones.

Tareas o actividades específicas que se realizan en la profesión.

- *Identifica y diagnostica los problemas de comunicación de la empresa tanto interna como la comunicación con sus públicos.*
- *Optimiza la comunicación diseñando estrategias y acciones de comunicación.*
- *Propone programas comunicacionales, los coordina, ejecuta y evalúa.*
- *Organiza y produce eventos.*
- *Asesora en ceremonias y protocolo.*
- *Organiza conferencias.*
- *Planifica actividades como reuniones, recepciones, etc. Conduce estas actividades y las coordinan entre sí.*
- *Escribe comunicados de prensa destinados a las autoridades, los medios de comunicación y al público en general sobre los planes o políticas de la empresa, los logros obtenidos u opiniones que la empresa quiera emitir. (Por ejemplo cuando las telefónicas han*

informado del alza de sus tarifas a través de la televisión explicando por qué toman la medida).

- *Participa en la producción de medios de comunicación institucionales.*
- *Idea y auspicia eventos musicales, deportivos, culturales, etc. a modo de difusión de la empresa.*
- *Negocia contratos de publicidad para la empresa con los representantes de periódicos, estaciones de radio y televisión, organizaciones deportivas y culturales y agencias de publicidad.*

- *Vigila los gastos y la buena utilización de los *recursos del área de relaciones públicas.*
- *Determina y conduce los procedimientos operativos y administrativos del área de relaciones públicas.*
- *Planifica y dirige el trabajo diario de su área.*
- *Controla la selección del personal de su área y su rendimiento.*
- *Representa a su área en sus relaciones de trabajo con otras áreas de la empresa.*
- *Idea y dirige las actividades de recaudación de fondos realizadas por cuenta de organizaciones educacionales, humanitarias y otras organizaciones sin fines de lucro (si es allí donde se desempeña).*

Campo Ocupacional

- *Organizaciones culturales, educativas, religiosas, políticas, gremiales, de bien social, artísticas, deportivas, medios de comunicación, entre otras.*
- *Organismos estatales: ministerios, gobernaciones, municipalidades.*
- *Asesorías a personas: empresarios, políticos, artistas.*
- *Empresas privadas de productos y servicios.*
- *Agencias de publicidad*
- *Productoras de eventos.*
- *Departamentos de comunicación organizacional o de relaciones públicas en empresas.*
- *Docencia e Investigación*
- *Su propia empresa de consultoría especializada en marketing y comunicación, donde el profesional puede asociarse con otros*

profesionales de la comunicación, ya sean publicistas, diseñadores o periodistas.

- *Su propia empresa asesora de imagen o de *auditoría comunicacional.*

Duración aproximada de los años de estudio.

Entre 5 y 9 semestres dependiendo de la institución que la imparta.

Principales asignaturas contempladas en el plan de estudios.

Asignaturas de formación General

Actualidad Nacional y Mundial

Entorno Sociopolítico y Económico

Sociología

Psicología General

Expresión escrita, oral y gestual

Inglés

mi-carrera.com

Asignaturas de formación Básica

Introducción a la Empresa

Proceso Administrativo

Fundamentos del Proceso Contable

Fundamentos de Economía

Comercialización

Estadística

Teorías de la Comunicación

Sociología de la Comunicación

Psicología de la Comunicación

Derecho Corporativo y Empresarial

Área profesional

Taller de expresión oral
Taller de Producción de Mensajes
Administración y Logística de Eventos
Gestión de la Imagen Corporativa
Diagnóstico en Relaciones Públicas
Medios de comunicación
Mercadotecnia
Fundamentos de Publicidad
Gestión Publicitaria
Investigación de la Opinión Pública
Semiología y Comunicación
Técnicas de Negociación
Imagen, Protocolo y Ceremonial
Relaciones Públicas Internacionales
Comportamiento Humano en la Organización

Especialidades

Puede especializarse en Relaciones Internacionales.

Exigencias Curriculares

Niveles de Habilidad e Interés: 0, 1, 2, 3, 4

A continuación se ejemplifican estos niveles en una asignatura cualquiera.

0 Nada de la asignatura. Esta asignatura siempre ha sido un gran problema para mí.

1 Algo de esta asignatura. Si es poca y directamente aplicada a la especialidad, no tendría problemas.

2 Estudiándola son superables sus problemas de operatoria o comprensión y aplicación.

3 Sin problemas de operatoria o comprensión y de aplicación, gusto por su aplicación pero no para entrar en un análisis e investigación profunda de ella misma.

4 Habilidad de operatoria o comprensión y de aplicación ,análisis profundo de ella misma y de su investigación.

En Relaciones Públicas:

Nivel de expresión Comunicacional: 4

Letras: 4

Inglés: 3

Nivel de lectura: 3

Nivel de Exigencia Numérica: 2

Nivel de Exigencia Matemática: 1 (Estadística aplicada)

Vocación, Habilidades e Intereses necesarios en el postulante a esta carrera.

Intereses.

Interés por conocer gente y relacionarse con ellas.

Motivación por el comercio y la estrategia comercial.

Gusto por la planificación y la organización.

Gusto por el idioma inglés.

Curiosidad por la psicología de la gente. El por qué de su modo de actuar y de pensar.

Interés por el acontecer diario del país y del resto del mundo.

Interés en poner atención a las necesidades de otras personas.

Habilidades.

Facilidad para relacionarse con los demás.

Facilidad de comunicación, es decir de hacerse entender por los demás.

Facilidad de expresión oral (fluidez verbal), escrita y gestual.

Habilidad para establecer nuevas relaciones interpersonales.

Capacidad para comprender y analizar lo expresado por los demás.

Habilidad para negociar acuerdos.

Facilidad para los idiomas.

Vocación.

Vocación por querer Comunicarse y Relacionarse con los demás.

Por descubrir y conocer el arte de la comunicación.

Ayudar a los demás a relacionarse en armonía, a entenderse, a entrar en acuerdos y así poder “hacer juntos”, logrando efectividad y bienestar.

Con preferencia por desarrollarse en al ámbito de los proyectos, negocios, planificación, en el campo del hacer y construir.

O cualquier sueño o anhelo específico que se sienta involucrado u orientado hacia esta dirección.

Personalidad del postulante.

Extrovertido, sociable, emprendedor, creativo, dinámico, gestor, persuasivo, de buen trato, flexible, tolerante, empático (capacidad de entender a la gente), conciliador con los demás, metodológico, organizado y ordenado con sus cosas, capacidad de trabajo en equipo.

Ámbito de trabajo.

De alta actividad y desplazamiento, contacto social y cambio de ambiente.

Carreras afines y/o relacionadas

Publicidad

Marketing y Comercialización

Relaciones Internacionales

Comunicación Social

Psicología con especialidad en el campo Laboral y Organizacional

Administración de Recursos Humanos

Y otras carreras que corresponden a Relaciones públicas, pero se les ha asignado otros nombres, como:

Comunicación Empresarial

Comunicación Estratégica

Comunicación Organizacional

****Glosario de Términos***

Recursos: todo los bienes con lo que se cuenta para poder operar o funcionar, como: oficina, computador, personal, teléfono, etc., etc.)

Auditoría comunicacional: revisión y evaluación de las estrategias y acciones de comunicación de la empresa.

Semiología: estudio de los signos que componen el lenguaje.

mi-carrera.com

Más carreras en:

<http://www.mi-carrera.com/CarrerasProfesionales.html>



Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons.
"Perfiles Profesionales" – Orientación Vocacional, Vocación vs. Carrera
<http://www.mi-carrera.com>
Email: patricia.micarrera@gmail.com
Chile