**Relaciones públicas**

**Instrucción:** realizar acordeón de 4 secciones. Va título + introducción + instrucción + la interactividad.

**Haz clic en cada título para conocer la información y las estrategias en relaciones públicas:**

**1.**

**Las relaciones públicas**

Las relaciones públicas van más encaminadas hacia el apoyo de la empresa en su buena imagen corporativa y a crear lazos de confianza, no solo con sus clientes sino con todo el medio en el cual se desempeña como pueden ser los medios de comunicación, los inversionistas, el apoyo extranjero, entre otros.

Las relaciones públicas se emplean para promocionar productos, personas, lugares e incluso países.

La imagen que proyecta una organización debe ser de credibilidad, de seriedad, de amigabilidad hacia el medioambiente, de responsabilidad social para con su entorno y la globalidad. Las relaciones públicas son una herramienta publicitaria de gran apoyo para las empresas, a continuación, conoce las estrategias más utilizadas por las compañías.

***2.***

***Placement* de productos**

¿Recuerdas haber visto alguna película en la que el protagonista estuviera utilizando ropa de marca o usando un teléfono celular, o tomando una bebida y en cualquiera de esos artículos se les notara la marca en forma muy clara y precisa?, pues es lo que llamamos *placement,* una forma de promocionar la marca sutilmente y haciéndola parte integral, ya sea de la vida del protagonista o colocándola en un programa de entrevistas, en donde los invitados y el entrevistador están tomado, simulan hacerlo, o simplemente aparece cerca de ellos una botella con una bebida muy reconocida.

El *placement* se utiliza para reforzar la conciencia de marca o para crear actitudes positivas hacia ella.

**3.**

**Educación de los consumidores**

Muchas empresas optan por entregar una información a sus clientes o usuarios sobre el producto, su composición y su manejo en forma de cursos didácticos que de alguna forma captan la fidelidad de estos. A través de los cursos o conferencias los usuarios aprenden más sobre el producto y a entenderlo mejor, tal es el caso de la BMW que patrocina una escuela de manejo en la cual se enseña a los participantes no solo a conducir en forma correcta, sino a conocer todas las bondades y cuidados para con el vehículo; otro ejemplo de esto es Apple, que en sus tiendas tiene un capacitador que enseña a manejar los productos a los usuarios en el horario que ellos lo deseen.

**4.**

**Patrocinios**

Las empresas apoyan ciertos eventos, deportes o causas con los cuales pueden tener alguna empatía, o cuyos objetivos son coherentes con los objetivos de la organización. Por eso vemos cómo determinadas marcas de balones de fútbol apoyan escuelas de deporte o a jugadores en especial que portan camisetas con el nombre de sus patrocinadores.