

Las relaciones Humanas y Públicas dentro del Secretariado Ejecutivo Universitario



Monografía

Tema : Las relaciones Humanas y Públicas dentro del Secretariado Ejecutivo Universitario.

Alumna: Espinoza Marlene Elizabeth

Año:2024

Las relaciones Humanas y Públicas dentro del Secretariado Ejecutivo Universitario

Índice de Contenidos:

INTRODUCCIÓN	5
OBJETIVO:.....	6
CAPITULO I:.....	6
CONCEPTO - SECRETARIA	6
TIPOS DE SECRETARIAS.....	7
SECRETARIA EJECUTIVA.....	7
EL PERFIL PROFESIONAL DE LA SECRETARIA.....	7
PROFESIÓN DE LAS SECRETARIAS EN LA ACTUALIDAD.....	11
Capitulo II:.....	12
CONCEPTO -RELACIONES HUMANAS.....	12
IMPORTANCIA DE LAS RELACIONES HUMANAS.....	12
FACTORES QUE INTERVIENEN EN LAS RELACIONES HUMANAS.....	13
Tipos de relaciones interpersonales.....	14
RELACIONES HUMANAS EN UNA ORGANIZACIÓN.....	15
ESTRATEGIAS PARA ESTABLECER BUENAS RELACIONES LABORALES:.....	15
Capitulo III:.....	16
CONCEPTO DE LAS RELACIONES PÚBLICAS.....	16
FUNCIONES:.....	16
LINEA DEL TIEMPO:.....	17
INICIOS EN LA ARGENTINA	18
CARACTERÍSTICAS DE LAS RELACIONES PÚBLICAS.....	20
LAS RELACIONES PÚBLICAS Y LA IMAGEN CORPORATIVA.....	21
LAS ACTIVIDADES CLAVE DE UN RRPP INCLUYEN:.....	22
REDACTAR COMUNICADOS DE PRENSA.....	22
Capitulo IV:.....	25
CONCEPTO DE COMUNICACIÓN:.....	25
Funciones de la comunicación	26
RRHH Y LA COMUNICACIÓN.....	28
LA DIFERENCIA CON LAS RELACIONES PÚBLICAS.....	28
Capítulo V:.....	29
Análisis y vinculación	29
Cuadro comparativo: Diferencias	30
Cuadro comparativo: Similitudes	31
Capitulo VI.....	32
SALUD MENTAL DE LAS SECRETARIAS EJECUTIVAS :.....	32

Las relaciones Humanas y Públicas dentro del Secretariado Ejecutivo Universitario

Estrategias para Promover la Salud Mental en el Secretariado.....	33
ASPECTOS QUE CONFORMAN A LA INTELIGENCIA EMOCIONAL.....	34
TRABAJO EN EQUIPO:.....	34
CONCLUSIÓN.....	36
BIBLIOGRAFIA/FUENTES DE CONSULTA.....	37

INTRODUCCIÓN

Este presente trabajo monográfico tiene como finalidad articular y demostrar la importancia de las Relaciones Humanas y Públicas dentro de la carrera de pregrado - Secretariado Ejecutivo Universitario y su desempeño en la práctica de la actividad de la misma. Se considera realizar un recorrido por conceptos básicos y sus inicios, lo cual lleva a comprender más en profundidad la relación entre ambos y los beneficios que puede aportar a la empresa.

Desde que el ser humano existe, necesita básicamente de las relaciones con sus semejantes, y con el paso del tiempo, estas relaciones fueron forjando su futuro y su entorno, hasta influir en su ámbito laboral. En la actualidad, la mayoría de las empresas necesitan una secretaria capaz de dominar herramientas informáticas y relaciones personales, tanto sus habilidades blandas como duras, para desenvolverse en todos los ámbitos, marcando una diferencia en cuanto a la imagen que proyecta tanto en el interior como en el exterior de la empresa. Es de vital importancia profundizar en estas herramientas que brindan tanto las Relaciones Humanas como Públicas, de manera tal que siempre se esté acorde a la actualidad, en concordancia con el propósito y lo que se quiere transmitir. Para ello, la secretaria es un pilar fundamental que brinda a la organización una estructura basada en organizaciones, proyectos, gestión y la utilización de distintos mecanismos presentes en el entorno, de los cuales se puede hacer uso para lograr el objetivo principal.

Esta monografía intenta describir de manera organizada los conceptos, componentes y factores que tienen influencia en la profesión. Si bien es imposible abarcar todos los temas, el enfoque se centra en el avance que han experimentado todas las profesiones.

Para ello, en el Capítulo I, comienza con el concepto de secretaria y se describe en rasgos generales su función y lo que se busca en la actualidad de las secretarías modernas.

En el Capítulo II, se aborda qué son las relaciones humanas, sus tipos, objetivos y otras características, además de las relaciones humanas en el trabajo.

En el Capítulo III, se describen los conceptos fundamentales con respecto a los Profesionales de Relaciones Humanas y Públicas, historia, importancia y las estrategias relacionadas con esta área de estudio, su evolución y su vinculación con otras profesiones.

En el Capítulo IV, se explica qué es la comunicación, el proceso de comunicación, quiénes lo realizan, sus elementos y sus etapas.

El Capítulo V realiza una breve fundamentación del tema elegido y la vinculación entre la profesión de las secretarías y las relaciones públicas, comparaciones y similitudes.

En el Capítulo VI, Finalmente, en el último capítulo, se aborda la salud mental, comprendiendo que la salud mental es un estado de bienestar que permite a las personas hacer frente a los momentos de estrés de la vida, desarrollar todas sus habilidades, poder aprender y trabajar adecuadamente, afecta directamente el desempeño, la productividad y la satisfacción laboral de quienes ejercen esta profesión.

Las relaciones Humanas y Públicas dentro del Secretariado Ejecutivo Universitario

OBJETIVO:

El objetivo de esta monografía es analizar y demostrar la relevancia y el impacto de las Relaciones Humanas y Públicas en el desempeño eficaz del Secretariado Ejecutivo Universitario. A través de una revisión exhaustiva de la literatura y la recopilación de todo lo desarrollado durante la carrera, se pretende explorar cómo las habilidades de comunicación, la gestión de relaciones y la imagen institucional influyen en la eficiencia y efectividad de los profesionales en este campo. Además, se busca identificar estrategias y mejores prácticas para fortalecer las competencias en relaciones humanas y públicas entre los secretarios ejecutivos universitarios, con el fin de mejorar su contribución al éxito organizacional y promover un ambiente de trabajo armonioso.

CAPITULO I:

En este capítulo, se describe el papel de la secretaria ejecutiva universitaria, que emerge como un elemento crucial en la gestión eficiente y efectiva de las operaciones administrativas y ejecutivas.

El concepto de secretaria ha evolucionado significativamente a lo largo del tiempo, adaptándose a las demandas cambiantes del entorno académico y empresarial. Aquí, se explorará en profundidad el concepto de secretaria y su inserción en el campo del secretariado ejecutivo universitario.

La figura de la secretaria no se limita únicamente a tareas de mecanografía y archivo, sino que abarca una amplia gama de responsabilidades que requieren habilidades administrativas, ejecutivas y de comunicación excepcionales. Las secretarías ejecutivas desempeñan un papel multifacético que va más allá de la simple gestión de documentos y horarios. Son el enlace vital entre los altos directivos, profesores, estudiantes y personal administrativo, desempeñando un papel fundamental en la coordinación de actividades, eventos y comunicaciones dentro de la institución.

Este capítulo analizará el concepto de secretaria, desde sus orígenes históricos hasta su papel actual en el contexto del secretariado ejecutivo universitario. Se examinarán las habilidades y competencias necesarias para sobresalir en este campo, así como los desafíos y oportunidades que enfrentan las secretarías ejecutivas en el entorno universitario moderno. Al comprender mejor el papel y la importancia de las secretarías ejecutivas universitarias, se logrará apreciar su contribución vital al éxito y la excelencia de las instituciones en la actualidad.

CONCEPTO - SECRETARIA

Según la Real Academia de la Lengua Española (2017), Secretaria es "la persona que se encarga de las labores administrativas de un organismo, institución o corporación y desempeña las funciones de extender actas, dar fe de los acuerdos y custodiar los documentos de esa entidad".

Del latín *secretarius*, una secretaria o un secretario es una persona que se encarga de recibir y redactar la correspondencia de un superior jerárquico, llevar adelante la agenda de éste y custodiar y ordenar los documentos de una oficina. El cargo que ocupa una secretaria suele conocerse como auxiliar administrativo. La secretaria, por lo tanto, realiza ciertas actividades elementales e imprescindibles en una empresa u organización. Se trata de la empleada que se encarga de la gestión cotidiana, siempre rindiendo cuentas a su superior.

Las relaciones Humanas y Públicas dentro del Secretariado Ejecutivo Universitario

TIPOS DE SECRETARIAS

Existen diferentes tipos de secretarias en función del ámbito de trabajo en el que se desempeñan y las responsabilidades que asumen, ejemplos :

1-Secretaria ejecutiva: Es responsable de brindar apoyo administrativo a un ejecutivo o un equipo de alta dirección. Sus tareas pueden incluir la gestión de la agenda, organización de reuniones, preparación de informes, coordinación de viajes y otras actividades relacionadas.

2-Secretaria administrativa: Proporciona soporte administrativo general en una oficina o empresa. Puede encargarse de la gestión de la correspondencia, recepción de llamadas, archivo de documentos, coordinación de eventos, atención a visitantes y otras labores administrativas.

3-Secretaria legal: Trabaja en despachos de abogados o departamentos jurídicos, y asiste a abogados y profesionales del derecho. Puede encargarse de la redacción de documentos legales, preparación de contratos, investigación jurídica, coordinación de reuniones con clientes y manejo de expedientes legales.

4-Secretaria médica: Colabora en clínicas, hospitales o consultorios médicos, y apoya a profesionales de la salud, como médicos o enfermeras. Sus responsabilidades pueden incluir gestionar citas, preparar historiales médicos, atender llamadas telefónicas, organizar pruebas médicas y mantener registros actualizados.

5-Secretaria de dirección: Trabaja directamente para altos directivos o gerentes de una empresa. Suele tener responsabilidades amplias que pueden incluir la gestión de la correspondencia, preparación de informes, organización de reuniones, coordinación de viajes y supervisión de otros empleados administrativos.

SECRETARIA EJECUTIVA

La secretaria ejecutiva, se centra en la asistencia directa a ejecutivos/as y en la gestión de tareas de alto nivel. Esta posición demanda un conocimiento profundo de los procedimientos internos de la empresa y habilidades excepcionales en la gestión de proyectos y en la toma de decisiones. La secretaria ejecutiva no solo administra agendas y coordina reuniones, sino que también puede estar a cargo de proyectos especiales, representar al ejecutivo en ciertas situaciones y gestionar comunicaciones internas y externas. Su papel es crucial para el buen funcionamiento de la estructura ejecutiva de la empresa

EL PERFIL PROFESIONAL DE LA SECRETARIA

En una empresa u organización, la secretaria se encarga de llevar la agenda de los directivos, organizar reuniones de trabajo y eventos, e incluso planificar viajes de negocios. Para cumplir con estas exigencias, la secretaria debe manejar diferentes herramientas informáticas, tener buena presencia y excelentes relaciones interpersonales. Además, es fundamental que sea discreta, tenga una actitud positiva y mantenga un trato excelente.

Con el paso del tiempo, el perfil profesional de la secretaria no solo se mantiene vigente, sino que continúa sumando responsabilidades. Además de asistir a su jefe en diversas tareas de oficina, la secretaria es responsable de colaborar en la preparación de presentaciones y resolver situaciones

Las relaciones Humanas y Públicas dentro del Secretariado Ejecutivo Universitario

conflictivas. Para ello, debe saber organizar prioridades, delegar tareas y tener la capacidad para escuchar y comunicarse efectivamente.

Las secretarías deben ser competentes y reunir las competencias y conocimientos técnicos necesarios para llevar a cabo todas las tareas que exige un puesto de estas características. Según los autores Taquechel y García, en su obra "Aprende a ser Secretaria. Manual para el desempeño profesional de la secretaria" (2008:19-24), una secretaria debe manifestar un perfil profesional destacado por sus valores, los cuales fortificarán su imagen personal y profesional.

Valores Éticos y Profesionales de una Secretaria Ejecutiva Universitaria

Estos valores no solo contribuyen al éxito individual de la secretaria ejecutiva universitaria, sino también al éxito y la excelencia de la institución en su conjunto. Mantener estos valores asegura que las secretarías ejecutivas desempeñen su rol de manera ética y profesional, fortaleciendo la confianza y el respeto dentro de la comunidad universitaria.

Valores éticos

- **Discreción:** la secretaria, a diferencia del resto de los empleados, tiene normalmente conocimiento de temas reservados, por lo que se espera de ella una absoluta discreción. La discreción se referirá tanto a las noticias propias de la actividad de la empresa, como las que se refieren a la persona del jefe, sobre todo cuando se trata de aspectos puramente personales. Es una de las cualidades esenciales. Debe ser reservada con mucho respeto a la labor que se asigne y a las normas establecidas.
- **Lealtad:** es el valor más importante de la ética profesional. La secretaria debe ser leal a su jefe, su empresa, sus compañeros de trabajo y hacia ella misma.
- **Fidelidad:** la secretaria debe ser fiel a sus principios, tener fe en lo que hace, serle fiel a su superior y no defraudar la confianza depositada en ella.
- **Confianza:** la confianza es indispensable para trabajar en sintonía y con perspectivas de mejora profesional. La relación de la secretaria con su propio jefe debe ser de colaboración, de una confianza a toda prueba.
- **Entereza:** debe reflejar integridad, rectitud, constancia y firmeza en el desarrollo de su labor diaria.
- **Educación y cortesía:** la secretaria debe ser cortés con todos y en todos los momentos, incluso y de forma especial con quien no lo es. Responder con cortesía a quien se muestra grosero puede ser un arma eficaz.
- **Responsabilidad:** deberá desempeñarse en forma responsable y eficazmente con la obligación moral de sacar adelante todo lo encomendado. Debe asumir los compromisos adquiridos y nunca comprometerse con algo que sabe que no va poder cumplir, ya que cuando esto pasa se pierde confianza en su profesionalidad.
- **Diplomacia:** es una actitud sincera y leal que supone tacto, prudencia y previsión. Esto ayuda a mantener un mejor desenvolvimiento de las labores de la oficina.

Las relaciones Humanas y Públicas dentro del Secretariado Ejecutivo Universitario

● **Honestidad:** la honestidad debe caracterizarla en su manera de actuar, debe ser veraz ante cualquier situación y no deberá distorsionar la realidad. Debe ser honesta consigo misma y con los demás, con una conducta observada y respeto por el derecho ajeno, ya que es en la Secretaria Ejecutiva a quien el jefe deposita toda su confianza.

● **Honradez:** su correcto proceder, la integridad y rectitud reflejada en el cumplimiento de su deber la hace digna de toda confianza.

● **Modestia:** debe comportarse con modestia en todo momento. Evitando la vanidad y el engreimiento, ofreciendo siempre una imagen agradable y accesible, facilitando las relaciones interpersonales dentro y fuera de la empresa.

● **Tolerancia:** debe ser tolerante. Ha de respetar y considerar las opiniones o las actuaciones ajenas, aunque no coincidan con las suyas.

Valores profesionales

● **Disponibilidad:** el horario de una secretaria está estrechamente ligado a las exigencias de su jefe.

● **Sentido común:** saber afrontar con prontitud, un imprevisto o una situación.

● **Autocontrol:** tener siempre dominio sobre sí misma.

● **Seguridad:** cuanto más segura esté de sí misma, más confianza infundirá en quienes la rodean.

● **Previsión:** la secretaria debe saber anticiparse a las necesidades que puedan surgir.

● **Tenacidad:** La secretaria afrontará en su trabajo tareas que suelen ser monótonas, con resultados que sólo son apreciables a largo plazo, es aquí que debe aparecer su tenacidad, su perseverancia, para lograr los resultados deseados para esta tarea.

● **Adaptabilidad:** Suficiente flexibilidad para adaptarse a los cambios de ambiente, de trabajo y de normativas.

● **Objetividad:** debe ser objetiva, enjuiciando las cosas con independencia de cualquier tipo de interés personal o valoración ajena, para regirse según las normas de la imparcialidad estricta.

● **Eficiente:** cuando se le oriente algún trabajo, que no ha entendido del todo, lo más oportuno es que pida aclaraciones a quien corresponda; no puede olvidar verificar que ha comprendido bien el trabajo asignado.

● **Exactitud:** es la ausencia de errores en el trabajo. La exactitud es fundamental y es la base del trabajo de una secretaria.

Organización: para organizar el trabajo de oficina es preciso realizarlo; especificar materialmente sus partes y esto se logrará al conocer detalladamente la rutina de oficina, o sea, las actividades propias de esta y el tiempo que nos llevará al efectuarlo. Evitar toda interrupción, teniendo a mano

Las relaciones Humanas y Públicas dentro del Secretariado Ejecutivo Universitario

el material y la información, no cambiar de trabajo sin terminar el anterior. El orden es indispensable para trabajar sin estrés y sin pérdidas de tiempo.

- **Paciencia:** debe saber mantener la tranquilidad cuando las cosas no marchan según lo esperado. El tono de voz no debe ser estridente, ha de aprender a controlarlo en cualquier momento y circunstancia.

- **Madurez:** permite encontrar el justo equilibrio incluso en las situaciones más delicadas, ayuda a entender la importancia del propio trabajo y a evitar actitudes que no estén acorde con la propia situación.

- **Inteligencia:** es la facultad de conocer, comprender y entender.

- **Buena memoria:** una secretaria sin memoria no tiene ningún futuro. Para evitar sobrecargar la memoria, se recomienda utilizar las agendas y anotar en ellas todos los datos; de esta forma es mucho más sencillo recordar las cosas principales y más importantes sin correr el riesgo de olvidar algo.

- **Interés por el propio trabajo:** debe ser capaz de involucrarse a fondo en su trabajo, lo que la ayudará a saber tomar decisiones. Todo ello en el marco de las atribuciones que le corresponden. Comprender lo que se hace permite trabajar con interés para llegar al final de la jornada satisfecha de haber alcanzado los objetivos trazados.

- **Pulcritud:** en cuanto a su trabajo debe realizarlo con esmero y cuidada presentación

- **Puntualidad:** la secretaria debe ser siempre puntual, tanto a la hora de entrar al trabajo como en el cumplimiento de los horarios y/o calendarios asignados a cada tarea.

- **Espíritu de colaboración:** es evidente que la colaboración con el propio jefe debe ser constante, por ejemplo:

Recordarle con discreción sus compromisos, le ayudará a no representar un mal papel; informarle de las fechas de cumpleaños o de otros motivos de celebración de su empleada.

- Ejecutar oportunamente sus órdenes y anticipar, dentro de los límites de las propias capacidades y competencias, ciertos trabajos de rutina que le permitirán ahorrar tiempo como, por ejemplo, reunir y clasificar todo el material útil para escribir una relación; escribir el borrador de respuestas a cartas sobre cuyos asuntos tiene ya la información o los datos pedidos.

DEBERES, FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES DE UN/A SECRETARIO/A

Deberes de Rutina

Estos incluyen escribir y recibir cartas, archivar e indexar documentos, mantener registros y cuentas, así como organizar reuniones y eventos para el empleador. Estas tareas aseguran la eficiencia operativa diaria y el flujo constante de información.

Las relaciones Humanas y Públicas dentro del Secretariado Ejecutivo Universitario

Deberes Relacionados con las Reuniones

Esto incluye la preparación de la agenda, la emisión de avisos, la organización de lugares y la recepción de los asistentes. Estas funciones son esenciales para la coordinación efectiva de reuniones, garantizando que se lleven a cabo sin contratiempos y de manera organizada.

Relaciones Públicas

Gestionan las relaciones públicas en nombre de sus superiores, se comunican a través de varios canales como teléfono o correo electrónico y organizan calendarios de entrevistas. Este rol es crucial para mantener una imagen positiva y profesional del empleador ante el público y otras partes interesadas.

Actividades Privadas/Sociales

Gestionan y envían diversas cartas privadas, como notas de agradecimiento, mensajes de felicitación, tarjetas de condolencia e invitaciones. También acompañan a sus superiores a funciones sociales y religiosas, asegurando que estos eventos se manejen con la debida formalidad y etiqueta.

Mantenimiento de la Cuenta

En muchos casos, se encargan del mantenimiento de registros, la contabilidad, las declaraciones de impuestos y las actividades bancarias de su empleador. Este aspecto del rol es vital para la gestión financiera precisa y ordenada.

Elaboración de Informes

Redactan informes y notas para su empleador, garantizando precisión y puntualidad. Esta responsabilidad asegura que la información crítica esté disponible de manera oportuna para la toma de decisiones

PROFESIÓN DE LAS SECRETARIAS EN LA ACTUALIDAD.

Desempeñarse como secretaria Ejecutiva en una empresa no tiene el mismo significado que el de hace unos años, sino que implica tener muchas más habilidades y cualidades que hace unas décadas. Se debe contar con formación académica completa y a su vez tener conocimiento en temas de cultura general y del ámbito político y económico, es indispensable contar con competencias técnicas y conocimientos específicos de acuerdo al área a la que deba asistir y a la actividad que desarrolla la empresa. Manejo de computación, de idiomas, de reglas protocolares, de planillas de cálculo y de ciertos programas informáticos, son algunos de los requisitos que suelen solicitarse. La profesión de secretaria ejecutiva siempre implicó un trabajo que abarca distintas tareas y disciplinas que deben ser manejadas al mismo tiempo. No se trata únicamente de atender llamados telefónicos y redactar cartas, sino que es una profesión con valor agregado. Anteriormente las exigencias del mercado eran menores y las tareas se relacionaban directamente con un trabajo estrictamente de oficina. Sin embargo, hoy en día los cambios sociales, laborales y profesionales, hacen que esta profesión sea clave en cualquier compañía de prestigio.

Las relaciones Humanas y Públicas dentro del Secretariado Ejecutivo Universitario

Capítulo II:

En este capítulo, se desarrollan los conceptos de las relaciones humanas, los tipos de relaciones que existen en las interacciones entre personas, así como la influencia que estas ejercen tanto en la vida cotidiana como en el ámbito laboral. Las relaciones humanas son fundamentales para el desarrollo personal y profesional, ya que facilitan la cooperación y el entendimiento mutuo.

Dentro de estas interacciones, se manifiestan diversos tipos de comunicación, lo que hace esencial detallar los componentes de la comunicación, los factores que influyen en ella y cómo se desarrolla la comunicación dentro de una organización.

Se analizarán las distintas formas de comunicación, ya sean verbales, no verbales o escritas, y cómo estas contribuyen a la eficiencia y efectividad de las operaciones organizacionales. Además, se examinará la importancia de la comunicación efectiva para el mantenimiento de un ambiente de trabajo armonioso y productivo, destacando su impacto en la motivación, la resolución de conflictos y la construcción de relaciones laborales positivas.

Este capítulo también abordará las competencias necesarias para una comunicación efectiva y las estrategias para mejorarla, considerando el rol crucial que juega la comunicación en el éxito de las organizaciones y en el bienestar de sus miembros.

El estudio de las relaciones humanas abarca temas como la dinámica de grupo, la comunicación interpersonal, la resolución de conflictos, el liderazgo, la negociación y el trabajo en equipo. Además, implica el desarrollo de habilidades sociales y emocionales, como la empatía, la asertividad, la escucha activa y la capacidad de adaptación.

CONCEPTO -RELACIONES HUMANAS

Las Relaciones humanas son el conjunto de conductas, actitudes y respuestas que adoptan los individuos a través de la interacción con otras personas haciendo uso de la comunicación verbal y no verbal, lo que permite relacionarse de manera cordial y amistosa. (Soria, 2004). Cuando los seres humanos interactúan en el marco de una sociedad o de una comunidad, entablan relaciones humanas. Estos vínculos suelen basarse en la jerarquía y se desarrollan mediante la comunicación.

IMPORTANCIA DE LAS RELACIONES HUMANAS

Se considera que las relaciones humanas son esenciales para que las personas puedan desarrollar su potencial individual, ya que estos vínculos son los que permiten la constitución de diversas sociedades que tienen distintos órdenes, desde pequeñas aldeas hasta las ciudades más grandes. Toda relación humana implica, necesariamente, al menos a dos individuos.

Las relaciones humanas son muy importante en el ámbito laboral, ya que si no se desarrollan en forma amistosa, pueden afectar la productividad y la eficiencia de las empresas. Por eso, los directivos siempre deben esforzarse por conformar equipos de trabajo donde existan buenas relaciones humanas, minimizando las discordias y evitando los ambientes conflictivos. En el ámbito laboral se puede decir que las relaciones entre las personas son los contactos que los

Las relaciones Humanas y Públicas dentro del Secretariado Ejecutivo Universitario

empleados establecen dentro de las empresas u organizaciones, que se crean de manera formal o informal, por objetivos comunes o por amistad. Esto con lleva a predecir y evaluar el comportamiento del ser humano, en su lugar de trabajo en las organizaciones , tanto para las que persiguen un status economico como los que no. Thorndike (1929) definió a la inteligencia social como la habilidad para comprender a otros y para comportarse con sensatez con relación a aquellos.

Daniel Goleman, es un psicólogo, periodista y escritor estadounidense, escritor con reconocimiento mundial a partir de su libro "Inteligencia Emocional" en 1995 y en 2006 publicó la "Inteligencia social" para explicarnos lo importante que es para nuestras vidas, nuestra salud física y emocional, tener buenas relaciones sociales.

El autor explica como estamos diseñados y fabricados para relacionarnos. La neurociencia ha descubierto que el diseño mismo de nuestro cerebro lo hace sociable, inexorablemente atraído a un íntimo enlace cerebro a cerebro cada vez que nos relacionamos con otra persona. Las relaciones interpersonales poseen un impacto biológico de largo alcance porque afectan a las hormonas que regulan tanto nuestro corazón como nuestro sistema inmunológico, de modo que las buenas relaciones actúan como vitaminas, y las malas, como venenos.

FACTORES QUE INTERVIENEN EN LAS RELACIONES HUMANAS

Los factores que intervienen en las relaciones humanas son diversos y pueden influir en la calidad y la naturaleza de las interacciones entre individuos, algunos de los muchos factores que pueden influir en las relaciones humanas. La comprensión y la gestión de estos factores pueden ayudar a fortalecer y mejorar las interacciones interpersonales en una variedad de contextos.

Comunicación: La comunicación efectiva es fundamental para establecer relaciones humanas sólidas. Esto incluye la capacidad de escuchar activamente, expresarse claramente y comprender las necesidades y perspectivas de los demás.

Empatía: La capacidad de ponerse en el lugar de los demás y comprender sus emociones y experiencias es crucial para construir relaciones humanas significativas y satisfactorias.

Respeto: El respeto mutuo es esencial en cualquier relación humana. Esto implica reconocer y valorar las diferencias individuales, así como tratar a los demás con cortesía y consideración.

Confianza: La confianza es la base de cualquier relación saludable. Para desarrollar relaciones humanas sólidas, es importante ser honesto, confiable y cumplir con los compromisos adquiridos.

Empatía: Comprender y compartir los sentimientos de los demás es clave para establecer conexiones emocionales genuinas. La empatía nos permite relacionarnos con los demás en un nivel más profundo y significativo.

Resolución de conflictos: Los desacuerdos y conflictos son inevitables en cualquier relación humana. La capacidad de manejar estos conflictos de manera constructiva y llegar a soluciones mutuamente beneficiosas es esencial para mantener relaciones saludables.

Cultura y contexto social: El contexto cultural y social en el que se desarrollan las relaciones humanas puede influir en las normas y expectativas relacionadas con el comportamiento interpersonal. Es importante tener en cuenta estas diferencias culturales para evitar malentendidos y conflictos.

Las relaciones Humanas y Públicas dentro del Secretariado Ejecutivo Universitario

Autoconciencia: Conocerse a uno mismo y comprender cómo nuestras acciones y emociones afectan a los demás es fundamental para establecer relaciones humanas positivas y evitar conflictos innecesarios.

Tipos de relaciones interpersonales

Cada tipo de relación tiene sus propias características distintivas y puede variar en términos de duración, intensidad y nivel de compromiso. Las relaciones interpersonales pueden clasificarse en diversos tipos según la naturaleza y el contexto de las interacciones entre individuos

Relaciones familiares

Se dan entre personas que comparten vínculos de parentesco, como padres, hermanos, abuelos, tíos, primos, entre otros. Por regla general, son muy cercanas y afectuosas, o distantes y conflictivas, dependiendo de la dinámica familiar y las circunstancias individuales de cada persona. Suelen ser de gran importancia en la vida de las personas, ya que pueden influir en su identidad, su autoestima, su bienestar emocional y su desarrollo personal, especialmente en la infancia.

Relaciones de pareja

Relaciones íntimas y afectivas entre dos personas que comparten una atracción romántica y/o sexual. Estas relaciones pueden variar en duración, intensidad y compromiso, desde relaciones casuales hasta relaciones a largo plazo y matrimonios de por vida. Están basadas en la confianza, la comunicación, el respeto mutuo y la satisfacción emocional y sexual de ambos miembros.

Relaciones de amistad

Tienen su origen la afinidad, la camaradería y el apoyo emocional entre dos o más personas que no tienen un vínculo familiar ni romántico. Estas relaciones pueden surgir en diferentes contextos, como el trabajo, la escuela, los hobbies o la vecindad, y son muy valiosas para el bienestar emocional y la integración social de las personas. Las relaciones de amistad se basan en la reciprocidad, la confianza y la diversión compartida.

Relaciones laborales

Son las relaciones entre personas que trabajan juntas en un mismo entorno laboral, ya sea en una empresa, una organización o un equipo de trabajo. Varían en su grado de cercanía y colaboración, dependiendo de la jerarquía, las funciones y las metas compartidas por los trabajadores. Se fundamentan en la eficacia, la productividad y el profesionalismo, aunque también pueden incluir aspectos sociales y emocionales. No es raro que de una relación laboral pueda surgir una amistad, o incluso una pareja; aunque en mayor parte las personas con las que mantenemos relaciones laborales más distantes o estrechas no son más que compañeros de trabajo.

Profesionales: Son las relaciones entre profesionales de campos similares o relacionados. Estas relaciones implican redes de contacto, mentoría, colaboración en proyectos profesionales y oportunidades de desarrollo profesional.

Vecinales: Son las relaciones entre vecinos que viven en la misma comunidad o área residencial. Estas relaciones pueden implicar ayuda mutua, intercambio de recursos y colaboración en actividades comunitarias.

Académicas: Son las relaciones entre estudiantes, profesores y personal educativo en entornos académicos. Estas relaciones se centran en el aprendizaje, la enseñanza, la orientación y el desarrollo académico.

Relaciones en línea: Son las relaciones que se desarrollan a través de plataformas en línea y redes sociales. Estas relaciones pueden abarcar desde amistades virtuales hasta relaciones románticas y colaboraciones profesionales.

Las relaciones Humanas y Públicas dentro del Secretariado Ejecutivo Universitario

RELACIONES HUMANAS EN UNA ORGANIZACIÓN

En el contexto de las empresas u organizaciones, mantener relaciones humanas positivas se revela como un factor crucial para alcanzar los objetivos y fomentar el progreso. Una armonía interna sólida no solo promueve una sensación de seguridad y confianza, sino que también fortalece la percepción externa de la empresa, lo que potencialmente atrae a clientes y socios comerciales.

Las buenas relaciones humanas en una organización ofrecen una serie de ventajas significativas. Un personal competente y satisfecho tiende a reducir la incidencia de accidentes laborales, disminuye la rotación de empleados, minimiza las ausencias y aumenta la calidad y productividad general gracias a un espíritu de equipo bien arraigado.

Cuando una empresa considera tanto las habilidades técnicas como las habilidades humanas durante el proceso de reclutamiento y selección de personal, logra formar un equipo laboral más cohesionado y eficiente. Esto contribuye a la creación de una fuerza laboral más productiva y comprometida con los objetivos de la organización.

A pesar de vivir en una era donde la tecnología ha penetrado en casi todos los aspectos de la vida, desde el ámbito familiar hasta el empresarial, es importante reconocer que la comunicación humana sigue siendo fundamental. Aunque los métodos de comunicación pueden haber evolucionado con el tiempo, la necesidad inherente del ser humano de interactuar, intercambiar ideas y compartir emociones sigue siendo una constante. La comunicación, ya sea verbal, visual o a través de otros medios, sigue siendo esencial para la construcción de relaciones sólidas y el éxito de las empresas en la actualidad.

ESTRATEGIAS PARA ESTABLECER BUENAS RELACIONES LABORALES:

Para establecer y mantener buenas relaciones laborales en una organización, es fundamental implementar diversas estrategias que fomenten la comunicación efectiva, el trabajo en equipo y un ambiente de colaboración y respeto mutuo. Al implementar estas estrategias de manera consistente y proactiva, las organizaciones pueden cultivar relaciones laborales sólidas y saludables que contribuyan al éxito a largo plazo y al bienestar general de sus empleados.

1- Comunicación abierta y transparente: Promover un entorno donde los empleados se sientan cómodos expresando sus ideas, preocupaciones y sugerencias. Esto puede lograrse mediante reuniones regulares, sesiones de retroalimentación y la implementación de canales de comunicación accesibles y eficientes.

2- Fomento del trabajo en equipo: Propiciar la colaboración entre los miembros del equipo, asignando proyectos y tareas que requieran la participación conjunta de varios empleados. Esto no solo fortalece los lazos entre colegas, sino que también mejora la eficiencia y la calidad del trabajo realizado.

3- Reconocimiento y apreciación: Valorar y reconocer el trabajo y los logros de los empleados de manera regular. Esto puede incluir elogios públicos, premios o incentivos, así como oportunidades de desarrollo profesional y crecimiento dentro de la empresa.

4- Resolución constructiva de conflictos: Establecer procedimientos claros y efectivos para abordar y resolver conflictos en el lugar de trabajo de manera constructiva y respetuosa. Capacitar a los empleados en habilidades de resolución de conflictos puede ser beneficioso para manejar situaciones difíciles de manera eficaz.

Las relaciones Humanas y Públicas dentro del Secretariado Ejecutivo Universitario

5- Promoción del bienestar laboral: Implementar programas y actividades que promuevan el bienestar físico, emocional y mental de los empleados, como horarios flexibles, programas de salud y bienestar, y políticas de conciliación entre la vida laboral y personal.

6- Desarrollo de liderazgo: Capacitar a los líderes y supervisores para que sean modelos a seguir en el establecimiento de relaciones laborales positivas. Fomentar un estilo de liderazgo participativo, empático y orientado al equipo puede contribuir significativamente a crear un ambiente de trabajo armonioso.

7- Cultura organizacional inclusiva: Promover una cultura organizacional que celebre la diversidad, la inclusión y el respeto mutuo. Esto implica adoptar políticas y prácticas que reconozcan y valoren las diferencias individuales y promuevan la igualdad de oportunidades para todos los empleados.

Capítulo III:

CONCEPTO DE LAS RELACIONES PÚBLICAS

Se conoce como relaciones públicas o RR.PP. a la ciencia que se encarga de gestionar la comunicación entre una organización y la sociedad, con el objetivo de construir, administrar y mantener su imagen positiva. Se dice que sus orígenes se remontan a la antigüedad, cuando las sociedades tribales intentaban promover el respeto a la autoridad del jefe. Las relaciones públicas se valen de un conjunto de métodos, estrategias y herramientas de difusión y comunicación que se encaminan a la construcción, administración y mantenimiento de la imagen pública de una persona o empresa. Las relaciones públicas son un conjunto de estrategias que forman parte de la publicidad y el marketing para alentar, orientar y medir la reacción de una audiencia determinada con respecto a un producto, un servicio, un personaje, una marca o una organización. Están encargadas de representar una marca y son el puente comunicacional que une al público con las empresas

FUNCIONES:

Las Relaciones Públicas (RR. PP.) se refieren a una disciplina estratégica encargada de gestionar la comunicación entre una organización y sus diversos públicos, con el fin de construir y mantener una imagen positiva y sólida de la empresa. Es importante tener en cuenta que la forma correcta de escribir esta abreviatura es "RR. PP.", con un punto después de la segunda R y otro punto después de la última P, además de un espacio entre el primer punto y la letra inicial. Sin embargo, es común encontrar la abreviatura escrita como RR.PP. o RRPP.

Las funciones del profesional de RR. PP. incluyen analizar la organización en sus distintas dimensiones y posibilidades para establecer planes estratégicos que transmitan el mensaje y la imagen más adecuados de la empresa. Actúa como gerente de comunicaciones y trabaja en diversos campos de la organización, centralizando las diferentes demandas de comunicación que pueden afectar su entorno empresarial.

El relacionista público desempeña un papel crucial como pieza clave en la empresa, gestionando la agenda de comunicación y asegurándose de resolver las demandas de manera efectiva. Esto implica proteger, mantener y/o crear una buena imagen de la empresa a través de los medios de comunicación y el público en general. Es fundamental que el profesional de RR. PP. se relacione de manera directa y clara con el público para fortalecer los vínculos y evitar malentendidos en la relación. En resumen, su tarea es garantizar una comunicación efectiva y una imagen positiva de la empresa, trabajando en estrecha colaboración con sus diferentes públicos.

Las relaciones Humanas y Públicas dentro del Secretariado Ejecutivo Universitario

5 ELEMENTOS DE LAS RELACIONES PÚBLICAS

1- Organizaciones

Una agrupación de personas en torno a una causa común. Una organización puede ser una empresa, un gobierno, una ONG, o sea, puede adoptar muchas formas.

2- Públicos

Al igual que las organizaciones, los públicos son múltiples y abarcan diversos orígenes sociales. Podemos pensar en ellos como grupos de personas que interactúan con una organización en particular.

3- Procesos de comunicación

Como todas las formas de comunicación, las relaciones públicas implican al menos dos partes (en la práctica, son múltiples partes). Estas partes, que son las organizaciones y los diferentes públicos, se relacionan de diversas maneras para establecer procesos de intercambio.

4- Procesos no lineales

Todo lo contrario: ellos suceden de forma espontánea y multilateral. Las Relaciones Públicas surgen como una forma de entenderlos y optimizar los vínculos entre los diversos actores involucrados.

5- Relaciones de intercambio

Las organizaciones y el público están relacionados todo el tiempo a través de diversas dinámicas que le agregan valor a ambas partes. En este sentido, las Relaciones Públicas surgen como una forma de organizar los vínculos y los procesos de intercambio entre organizaciones y públicos, generando beneficios y valor para ambas partes.

Las organizaciones se benefician al poder transmitir su mensaje y generar una percepción positiva de la marca y los servicios.

El público, por otro lado, puede tener una visión más transparente de las organizaciones y reclamar por los servicios ofrecidos y el posicionamiento realizado.

LINEA DEL TIEMPO:

Esta línea de tiempo destaca los hitos importantes en el surgimiento y desarrollo de los profesionales de relaciones humanas y públicas, desde sus inicios en el siglo XX hasta la era digital actual, nos muestra el surgimiento y evolución de los profesionales de relaciones humanas y públicas:

***1913:** El libro "Crystallizing Public Opinion" de Edward Bernays marca el comienzo de la profesión de relaciones públicas al enfatizar la importancia de influir en las opiniones públicas a través de estrategias de comunicación.

***1920s:** Ivy Lee y Edward Bernays son reconocidos como pioneros en relaciones públicas, estableciendo agencias de relaciones públicas y desarrollando técnicas para gestionar la percepción pública. El primer profesional reconocido en el campo de las relaciones públicas es Ivy Lee, quien es ampliamente considerado como el padre de esta disciplina. Lee estableció su propia firma de relaciones públicas y trabajó con grandes corporaciones para mejorar su imagen y aumentar sus

Las relaciones Humanas y Públicas dentro del Secretariado Ejecutivo Universitario

ganancias. Abogó por la humanización de los negocios y promovió la transparencia, enfatizando la importancia de informar al público. Por su parte, Edward Bernays, sobrino de Sigmund Freud, fue otro pionero en el campo de las relaciones públicas. Recurrió a la psicología y, principalmente, a la sociología para desarrollar sus estrategias. Bernays creía que las relaciones públicas surgían y se expandían en respuesta a necesidades específicas de la sociedad, tanto políticas como económicas o sociales. Luchó por otorgarle seriedad y rigurosidad a la profesión, abogando por el reconocimiento legal y académico de las relaciones públicas. En sus escritos, Bernays abogaba por la exigencia de un registro y una licenciatura por parte del Estado, así como por cambios en el currículum de la enseñanza de las relaciones públicas en las instituciones educativas. Consideraba crucial que se le diera mayor énfasis a las ciencias sociales en la formación de los profesionales de relaciones públicas. Además, abogaba por una campaña de sensibilización realizada por los propios profesionales para educar al público sobre la verdadera definición y valor de las relaciones públicas.

*1930s-1940s: Se establecen los primeros programas académicos en relaciones públicas en universidades de Estados Unidos, marcando el inicio de la profesionalización formal de la disciplina.

*1950-1960s: Se desarrollan teorías de comunicación aplicables a las relaciones públicas, como la teoría de la comunicación persuasiva y la teoría de la agenda-setting, que influyen en la práctica profesional.

*1970-1980s: Se expande la influencia de las relaciones públicas a nivel internacional, con el surgimiento de asociaciones y organizaciones profesionales en diferentes países y regiones.

*1990-2000s: Con la llegada de Internet y las redes sociales, las relaciones públicas experimentan una transformación significativa, adoptando nuevas estrategias y herramientas digitales para gestionar la reputación y la comunicación de las organizaciones.

*2010-Presente: Las relaciones públicas continúan evolucionando en el contexto digital, con un enfoque creciente en la gestión de la reputación en línea, la participación en redes sociales y la comunicación estratégica en entornos digitales.

INICIOS EN LA ARGENTINA

En Argentina, el desarrollo de las relaciones públicas se remonta a los albores de la vida independiente como nación en 1810, con la revolución de mayo y la posterior independencia de España en 1816. Sin embargo, la presencia de profesionales en este campo se consolidó a partir de la década de 1950, impulsada principalmente por empresas extranjeras.

Se observa una dicotomía económica, política y social en Argentina, con una clara diferencia entre la capital federal y la provincia de Buenos Aires, donde el desarrollo de las relaciones públicas es significativamente mayor. Aunque ha habido avances en otras regiones del país, estos no han sido equilibrados ni completos, reflejando la relación directa entre el desarrollo económico y político y el avance de las relaciones públicas.

El conocimiento inicial sobre relaciones públicas ingresó a Argentina a través de obras como "Relaciones Públicas: principios, casos y problemas" de Bertrand R. Canfield y "Relaciones Públicas" de Jean Chaumely y Denis Huisman. Esto marcó el comienzo de su desarrollo explícito

Las relaciones Humanas y Públicas dentro del Secretariado Ejecutivo Universitario

en Argentina, con la formación de organizaciones profesionales que agrupaban a los principales expertos en el campo.

La Asociación Argentina de Relaciones Públicas, fundada en 1958, desempeñó un papel fundamental en la promoción y difusión de las relaciones públicas en el país. Esta asociación también fue miembro fundador de la Confederación Interamericana de las Relaciones Públicas (CONFIARP), que promovió la enseñanza de la disciplina a nivel universitario en todo el continente americano.

En 1963, la Universidad Argentina de la Empresa incorporó la carrera de Relaciones Públicas, marcando un hito importante en la educación en este campo. Este paso fue seguido por otras universidades nacionales públicas y privadas en todo el país.

Hoy en día, la oferta académica en Argentina incluye una amplia gama de programas en relaciones públicas, desde grados y postgrados hasta títulos y postítulos en colegios universitarios e institutos terciarios.

En 1988, el área de relaciones institucionales de IDEA llevó a cabo una investigación sobre las denominaciones y funciones de las áreas profesionales en relaciones públicas en Argentina. Se observó que el 60% de las 100 empresas encuestadas tenían un área dedicada a este campo, con una variedad de denominaciones y funciones, destacando las relaciones con el Estado y las entidades empresariales.

En 1995, una encuesta entre 51 empresas de primer nivel reveló una gran dispersión en la denominación y estructura de las áreas de comunicación institucional y relaciones públicas en Argentina.

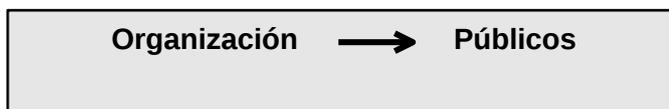
Los modelos de las relaciones públicas

Los modelos de relaciones públicas son marcos teóricos que describen y explican cómo funcionan las actividades de relaciones públicas y cómo se relacionan con los públicos y la sociedad en general. Hay varios modelos que se utilizan para comprender y practicar las relaciones públicas, cada uno con sus propias características y enfoques. Cada modelo tiene sus propias ventajas y limitaciones, y la elección del modelo adecuado depende de los objetivos, las características y las necesidades específicas de la organización y su entorno.

Grunig y Hunt (1984) desarrollaron cuatro modelos de relaciones públicas que describen las diversas prácticas de gestión y organización del campo. Estos modelos sirven como pautas para crear programas, estrategias y tácticas.

Agentes de prensa/Publicity

En el modelo de agente de prensa/publicidad, los profesionales de la comunicación utilizan la persuasión para dar forma a los pensamientos y opiniones de audiencias clave. En este modelo, la precisión no es importante y las organizaciones no buscan retroalimentación de la audiencia ni realizan investigaciones de análisis de audiencia. Es una forma de comunicación unidireccional.



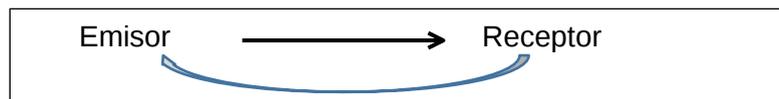
Las relaciones Humanas y Públicas dentro del Secretariado Ejecutivo Universitario

Información pública

El modelo de información pública se aleja de las tácticas manipuladoras utilizadas en el modelo de agente de prensa y presenta información más precisa. Sin embargo, el patrón de comunicación sigue siendo unidireccional. Los practicantes no realizan investigaciones de análisis de audiencia para orientar sus estrategias y tácticas. Algunos comunicados de prensa y boletines se crean con base en este modelo, cuando las audiencias no son necesariamente dirigidas o investigadas de antemano.

Doble flujo asimétrico

El modelo asimétrico bidireccional presenta una forma más “científicamente persuasiva” de comunicarse con audiencias clave. Aquí, los creadores de contenido realizan investigaciones para comprender mejor las actitudes y comportamientos de la audiencia, lo que a su vez informa la estrategia y creación del mensaje. Aún así, en este modelo se utiliza la comunicación persuasiva para beneficiar más a la organización que a las audiencias; por lo tanto, se considera asimétrica o desequilibrada. El modelo es particularmente popular en la publicidad y el marketing de consumo, campos que están específicamente interesados en aumentar las ganancias de una organización.



Doble flujo simétrico

Por último, el modelo simétrico bidireccional sostiene que el practicante de relaciones públicas debe servir como enlace entre la organización y los públicos clave, más que como persuasor. Aquí, los practicantes son negociadores y utilizan la comunicación para asegurar que todas las partes involucradas se beneficien, no solo la organización que los emplea. Se emplea el término “simétrico” porque el modelo intenta crear una situación de beneficio mutuo. El modelo simétrico bidireccional se considera el modelo más ético, uno que los profesionales deben aspirar a utilizar en sus tácticas y estrategias cotidianas (Simpson, 2014).

CARACTERÍSTICAS DE LAS RELACIONES PÚBLICAS

Estas características reflejan la naturaleza dinámica y estratégica de las relaciones públicas, que desempeñan un papel fundamental en la construcción y mantenimiento de relaciones positivas y significativas entre la organización y sus diferentes stakeholders.

Las características distintivas de las relaciones públicas son fundamentales para comprender su naturaleza estratégica y su papel en la gestión de la comunicación organizacional. Algunas de estas características incluyen:

Planificación estratégica: Las relaciones públicas se desarrollan de manera planificada y estratégica, con el objetivo de alcanzar metas específicas y fortalecer la imagen y reputación de la organización.

Comunicación bidireccional: Se establece una comunicación bidireccional, lo que significa que no solo se emiten mensajes hacia los públicos, sino que también se escuchan sus opiniones, necesidades y preocupaciones, creando así un diálogo abierto y constructivo.

Las relaciones Humanas y Públicas dentro del Secretariado Ejecutivo Universitario

Gestión de comunicaciones internas y externas: Las relaciones públicas se encargan de gestionar tanto las comunicaciones internas, para mantener informados y comprometidos a los empleados, como las comunicaciones externas, para proyectar una imagen positiva de la organización ante su público objetivo.

Funciones humanísticas: Las relaciones públicas buscan establecer relaciones basadas en la confianza, el respeto y la empatía con los diversos públicos de la organización, reconociendo la importancia de aspectos emocionales y sociales en la construcción de la reputación.

Interdisciplinarietà: Las relaciones públicas trabajan en estrecha colaboración con otras disciplinas y áreas, como la psicología, la sociología y el marketing, para comprender mejor a los públicos y diseñar estrategias de comunicación efectivas.

Gestión de recursos intangibles: Las relaciones públicas gestionan recursos intangibles como la identidad, la filosofía, la cultura, la imagen y la reputación de la organización, reconociendo su importancia en la percepción que tienen los públicos sobre la misma.

LAS RELACIONES PÚBLICAS Y LA IMAGEN CORPORATIVA

Las relaciones públicas y la imagen corporativa están estrechamente interrelacionadas, ya que ambas se centran en la gestión de la percepción y la reputación de una organización ante sus diversos públicos. La imagen corporativa se refiere a la percepción general que tienen los stakeholders sobre la organización, mientras que las relaciones públicas se encargan de influir en esta percepción a través de una comunicación estratégica y bidireccional.

Las relaciones públicas juegan un papel fundamental en la construcción y mantenimiento de la imagen corporativa, ya que se encargan de gestionar las comunicaciones internas y externas, establecer relaciones con los medios de comunicación, organizar eventos y actividades de relaciones públicas, y responder de manera efectiva a situaciones de crisis. Todas estas acciones contribuyen a fortalecer la reputación y la imagen positiva de la organización.

Por otro lado, una imagen corporativa sólida y positiva puede mejorar la efectividad de las estrategias de relaciones públicas, ya que genera confianza y credibilidad en los mensajes y acciones de la organización. Cuando la imagen corporativa se alinea con los valores, la identidad y la cultura organizacional, las relaciones públicas pueden aprovechar esta coherencia para construir relaciones más sólidas y duraderas con los diferentes públicos.

En resumen, las relaciones públicas y la imagen corporativa trabajan de manera conjunta para promover una percepción positiva de la organización, fortalecer sus relaciones con los stakeholders y contribuir al éxito y la sostenibilidad a largo plazo. Una estrategia integral que integre ambas áreas puede generar beneficios significativos para la organización en términos de reputación, credibilidad y posicionamiento en el mercado.

Uno de los pilares y trabajos fundamentales que tiene toda persona que se dedica a lo que son las citadas relaciones públicas es la gestión de la imagen corporativa. Y es que esta identidad es vital para que la población la identifique con la empresa en concreto. Para ello, en este sentido los profesionales de dicho área se dedicarán a estudiar a fondo y a desarrollar todo tipo de trabajos como entrevistas o encuestas.

En la actualidad, las relaciones públicas quedan muchas veces subordinadas al marketing, ya que el funcionamiento de las organizaciones suele plantearse sólo a partir de la lógica comercial.

Las relaciones Humanas y Públicas dentro del Secretariado Ejecutivo Universitario

LAS ACTIVIDADES CLAVE DE UN RRPP INCLUYEN:

1- Elaborar el plan de comunicación de una organización

Esto puede parecer un tema muy amplio... ¡Y de hecho, lo es! Desarrollar el plan de comunicación de una organización no es fácil y requiere dinamismo, pensamiento crítico, responsabilidad y mucho juego de cintura.

El profesional de RRPP tiene la gran responsabilidad de diseñar un plan que abarque tanto la comunicación interna como externa de la empresa.

Por lo tanto, es esencial que tenga una visión holística de la empresa, sus valores, servicios y objetivos y que, al mismo tiempo, pueda transmitir esto en su planificación.

Y esto se logra alineando el equipo de comunicaciones de la empresa (publicidad, marketing, diseño y periodistas).

Por supuesto, el relacionista público no realiza cada una de estas funciones y no necesita tener un conocimiento profundo de ellas, pero es él quien hará que estos equipos trabajen juntos en la misma dirección.

Finalmente, estos esfuerzos resultan en acciones de comunicación como el branding (que incluye la fijación del logo y nombre de la empresa en la mente de la audiencia), el posicionamiento en las redes sociales, la creación de vehículos de comunicación interna (como la televisión y los periódicos corporativos) y cómo comunicarse con la prensa.

Todo esto contribuye a que la organización pueda posicionarse ante el público y alcanzar sus objetivos.

REDACTAR COMUNICADOS DE PRENSA

El press release o comunicado de prensa, como su nombre lo indica, es un anuncio o informativo para los medios de comunicación sobre las actividades de la empresa. Si bien puede parecer simple, escribir y publicar un comunicado de prensa no es una tarea fácil.

El comunicado de prensa puede ser algo que la empresa quiere comunicar, como un nuevo servicio o posicionamiento de marca, pero también puede ser una reacción a algún hecho anterior (una controversia, por ejemplo).

En ambos casos, es esencial elegir cuidadosamente las palabras, el portavoz del mensaje, el tono de voz e, incluso, el momento en que se realiza el comunicado de prensa.

Un mal comunicado de prensa puede causar malentendidos, reacciones adversas e incluso crisis en la organización.

Sin embargo, si se hace bien, resulta en grandes momentos para la empresa unido a una buena imagen y comentarios positivos en los mass media y entre el público.

Organiza eventos

Los eventos internos y externos de la empresa tienen una variedad de objetivos y es esencial que estén bien ejecutados y sean agradables.

El relacionista público organiza toda la logística para que funcione lo mejor posible y cumpla con los objetivos del evento para la empresa.

Las relaciones Humanas y Públicas dentro del Secretariado Ejecutivo Universitario

Realiza estudios de mercado

Comprender el mercado es fundamental para el trabajo de relaciones públicas.

Debes entender el comportamiento de los consumidores y clientes potenciales que interactúan con tu marca a través de un mapeo de audiencia.

Es por eso que la investigación de mercado es muy útil. Se realiza junto con otros profesionales y equipos y el relacionista público es fundamental en el proceso de elaboración y conducción.

La investigación mostrará con qué audiencias estás tratando, así como las tendencias y las preferencias del mercado.

Por lo tanto, las acciones tomadas en la empresa tendrán más potencial para funcionar, ya que se basarán en hechos.

Administra contactos y relaciones

Una empresa necesita buenas relaciones. Y, después de todo, esto no podría dejar de ser una tarea de relaciones públicas, ¿verdad? Es importante destacar que cuando hablamos de relaciones — en plural — hay una buena razón.

Una organización no se relaciona con un solo grupo de personas. Hay varios grupos, que llamamos audiencias. Por lo tanto, se establecen relaciones diversas e interconectadas entre las organizaciones y sus audiencias.

Producción de contenidos

Sí, el marketing de contenidos está estrechamente relacionado con el trabajo de relaciones públicas.

Escribir contenido es parte de una rutina de relaciones públicas. Pero, por supuesto, el proceso de producción de contenidos no se limita a eso. El RP comprende el lenguaje y el posicionamiento de la marca y le transmite en diferentes canales, tanto internos como externos.

Aunque las relaciones públicas no son responsables de toda la producción de contenidos, se ocupa de todo el proceso que abarca blogs, redes sociales, sitios web y videos, así como de la publicación de materiales sobre la compañía en medios externos.

Administrar crisis

Ninguna empresa está libre de errores y, en consecuencia, de críticas y crisis, ya sean internas o externas. El RP debe lidiar con las reacciones adversas y controlar los daños, trabajando la situación lo mejor que pueda para que no tenga consecuencias graves para la organización.

Lidiar con opiniones, comentarios y críticas

Este tema está relacionado con el anterior.

Cada día es más fácil para las personas expresar sus opiniones. Esto es muy positivo tanto para los consumidores como para las empresas, por lo que la relación se estrecha y ambos pueden obtener un entendimiento mutuo.

Al mismo tiempo, la facilidad de los usuarios para expresar sus opiniones puede generar escenarios inesperados para la empresa. Responder comentarios positivos es fácil, pero las críticas negativas no son tan simples.

La velocidad para hacer público de las redes sociales y los sitios de quejas, por ejemplo, provoca la necesidad de acelerar el tiempo de respuesta. Y va mucho más allá de eso: la atención en el lenguaje, la información pasada y la participación de otros es crucial.

Aceptar opiniones y críticas y resolver situaciones que surjan de ellas puede ser mucho más complejo de lo que piensas.

Y la parte más difícil implica anticipar los impactos de las acciones. Mucho más que lidiar con las críticas, el RP debe asumir que cada acción de la compañía tendrá reacciones. Es su deber anticipar el escenario y evitar situaciones desagradables.

Las relaciones Humanas y Públicas dentro del Secretariado Ejecutivo Universitario

Asesoría de comunicación

Finalmente, muchas de estas actividades están incluidas en la asesoría de comunicación, que a menudo está dirigida por un relacionista público.

La asesoría de comunicación es un sector que establece la conexión entre la empresa y el público.

Una empresa puede tener su propio equipo asesor o contratar a una empresa para que haga esto.

La asesoría de comunicaciones se encarga de toda la parte comunicacional de una organización, por lo que es necesario la planificación de un RP. Entre las actividades de la asesoría de comunicación se encuentran: asesoría de prensa, gestión de redes sociales y gestión de imágenes.

RRPP Y LOS DISTINTOS TIPOS DE PÚBLICO

El público es el elemento más importante de este proceso, y se trata de un grupo de individuos vinculados por afinidades e intereses en común. Dentro de este conjunto distinguimos los siguientes tipos:

- * público interno: se trata del que tiene un vínculo especialmente estrecho con los objetivos de la entidad que lleva a cabo el proceso de RR. PP., como ser los accionistas mayoritarios, los directivos y los empleados;
- * público externo: si bien debe compartir los intereses con la compañía, este grupo de personas no está relacionado directamente con la misma. Puede tratarse de entidades económicas o financieras, de autoridades del gobierno o incluso de la competencia;
- * mixto: se encuentra a mitad de camino entre los puntos extremos de los dos tipos de público anteriores;
- * mixto semi-interno: está compuesto por los parientes de los empleados, los clientes reales y los distribuidores y proveedores que mantienen una relación de exclusividad con la empresa;
- * mixto semi-externo: pueden ser bancos usados por los accionistas para operar, sindicatos y clientes ocasionales.

LAS RELACIONES PÚBLICAS TRABAJAN CON RECURSOS FUNDAMENTALMENTE INTANGIBLES, COMO, POR EJEMPLO:

La identidad, que es el valor diferenciador de una persona u organización en relación con sus competidoras;

La filosofía, que son los principios bajo los cuales se sustenta el objetivo de la institución;

La cultura, que define su manera de actuar;

La imagen, que se asocia a la representación que caracteriza a la institución, y

La reputación, que es la representación mental que se ha generado el público en relación con la organización.

Las relaciones Humanas y Públicas dentro del Secretariado Ejecutivo Universitario

Capítulo IV:

La comunicación también es clave para el desarrollo profesional continuo. Las secretarías ejecutivas deben mantenerse actualizadas con las nuevas tecnologías y metodologías de comunicación, lo que les permite adaptarse a los cambios y mejorar sus habilidades continuamente, hablar de comunicación en el ámbito laboral es fundamental para la efectividad, la coordinación, la gestión de relaciones, la imagen institucional, el manejo del estrés y el crecimiento profesional. En el contexto del secretariado ejecutivo universitario, estas habilidades de comunicación son aún más críticas debido a la complejidad y la diversidad de las tareas y responsabilidades que conlleva el puesto.

Por este motivo es crucial, comprender los conceptos de comunicación, tipos, funciones, y su influencia dentro el ámbito laboral.

CONCEPTO DE COMUNICACIÓN:

Comunicar viene del latín “Comunicarse” significa: poner en común. La comunicación es la transmisión de información entre dos o más individuos. Todos los seres vivos presentan alguna forma de comunicación, ya sean señales químicas, sonidos o gestos. Sin embargo, la capacidad para transmitir significados complejos a través del lenguaje distingue a la comunicación humana de otras formas de comunicación animal.

CARACTERÍSTICAS DE LA COMUNICACIÓN

Presencia de un emisor y un receptor. Para que se produzca la comunicación, debe haber alguien que dirija un mensaje a otro. A su vez, si nadie recibe el mensaje, la comunicación no se realiza.

Intercambio de información. En toda comunicación, las partes involucradas dan y reciben conocimientos, experiencias, sentimientos y, en general, algún tipo de significado.

Mediatez. La comunicación puede establecerse de manera directa e inmediata, es decir, cara a cara, o de manera indirecta y diferida, o sea, a través de medios como la carta, el correo electrónico o el mensaje de voz, entre otros.

Retroalimentación. A lo largo del proceso de comunicación, los roles del receptor y del emisor se suelen intercambiar.

Búsqueda de respuesta. Si bien puede tener muy variados propósitos, la comunicación casi siempre tiene el objetivo de provocar una respuesta deseada en el interlocutor o los interlocutores.

Irreversibilidad. Una vez que se ha comunicado algo, no es posible eliminarlo: no hay “vuelta atrás” en la comunicación.

Irrepetibilidad. Un acto comunicativo es único e irrepetible. A pesar de que un mensaje pueda ser dicho más de una vez, las circunstancias en las que se transmite nunca son las mismas.

Las relaciones Humanas y Públicas dentro del Secretariado Ejecutivo Universitario

TIPOS DE COMUNICACION

Comunicación verbal. Es aquella que se da mediante la palabra, o sea, mediante signos lingüísticos. Puede ser oral o escrita.

Comunicación oral. Es la que se realiza a través de la palabra hablada, ya sea cara a cara o a través de algún medio auditivo, como el teléfono, los mensajes de voz o la radio.

Comunicación escrita. Es la que tiene lugar a través de la palabra escrita y cualquier otro código escrito (por ejemplo, un pictograma). A diferencia de la comunicación oral, que puede ser inmediata (por ejemplo, en una conversación telefónica o cara a cara), la comunicación escrita es siempre diferida en el tiempo y el espacio. Además, es duradera, al contrario de gran parte de la comunicación oral, que es efímera.

Comunicación no verbal. Es aquella que no depende de la palabra para transmitir su mensaje, sino de gestos, movimientos o sonidos. La comunicación de los animales está en esta categoría, así como el llamado “lenguaje corporal” de los seres humanos.

Comunicación bioquímica. Son las formas de comunicación que dependen de la transmisión y recepción de señales químicas, tal y como ocurre dentro de nuestro propio organismo. Obviamente, este tipo de comunicación es también una forma no verbal.

La comunicación también se puede clasificar teniendo en cuenta los participantes o actores involucrados. En este caso, se distingue entre la comunicación interpersonal, grupal o masiva.

Comunicación interpersonal. Es la que se establece entre dos o más personas. Tradicionalmente, las personas se encuentran físicamente próximas, de manera tal que cada participante puede utilizar sus sentidos en el intercambio comunicacional. Implica el uso de formas de comunicación verbales y no verbales.

Comunicación grupal. Es la que se establece dentro de un grupo particular; típicamente, ese grupo es la familia.

Comunicación masiva. Es la que se establece entre un único emisor y un gran número de receptores (una audiencia), empleando para ello una tecnología como canal de comunicación (prensa, radio, internet, etc.).

Funciones de la comunicación

Función informativa. Cuando tiene como propósito principal compartir una información más o menos objetiva, esto es, describir un aspecto de la realidad o señalar un elemento del mundo real.

Función formativa. Cuando se propone incidir sobre el receptor con fines pedagógicos o de enseñanza, para transmitir hábitos, ideas o convicciones.

Función persuasiva. Cuando busca convencer al interlocutor de que adopte un punto de vista o que lleve a cabo algún tipo de acciones determinadas.

Función expresiva. Cuando la comunicación está centrada en la transmisión de impresiones subjetivas, sentimientos o emociones.

Función estética. Cuando se busca comunicar un mensaje que provoque un placer estético, como ocurre con la poesía y, en general, el arte.

Función de integración social. Cuando el objetivo primordial de la comunicación es establecer un vínculo con otro u otros individuos.

Las relaciones Humanas y Públicas dentro del Secretariado Ejecutivo Universitario

Barreras de la comunicación

Se denomina barreras de la comunicación a aquellos eventos, condiciones o determinantes que, en lugar de favorecer la realización de la comunicación, la entorpecen o la impiden, saboteando la eficacia de la transmisión del mensaje. Pueden ser de distinto tipo y depender de distintos elementos comunicativos. Por ejemplo:

Barreras del emisor. Le impiden al emisor codificar o transmitir el mensaje de la manera más apropiada, o que dificultan el inicio mismo del acto comunicativo. Por ejemplo: los defectos de habla.

Barreras del receptor. Le impiden al receptor captar correctamente el mensaje emitido. Por ejemplo: desconocimiento o desinterés en el tema del mensaje.

Barreras del canal. Son propias del medio físico a través del cual se transmite el mensaje. Por ejemplo: el ruido ambiental, los cortes o las fallas en una comunicación telefónica.

COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

La comunicación organizacional, también conocida como comunicación corporativa, es el conjunto de formas de comunicación en los distintos tipos de organizaciones: empresas, instituciones educativas, organizaciones no gubernamentales, etc. En el marco de una organización, la comunicación es entendida de un modo amplio, no solo como la transmisión de mensajes entre un emisor y un receptor, sino como un proceso complejo de construcción de sentidos, intercambios de experiencias y acuerdos de reglas de trabajo y convivencia.

Se reconocen distintos tipos de comunicación organizacional. Según el ámbito en que se desarrolla, la comunicación organizacional se clasifica en:

Comunicación interna. Es la que se establece entre los miembros de la organización, ya sea de igual o de diferente jerarquía. De acuerdo con el flujo o la dirección de la comunicación, la comunicación interna se clasifica, a su vez, en descendente, ascendente u horizontal.

Comunicación descendente. Es la emitida por los niveles altos hacia el resto de la organización. Forman parte de este tipo de comunicación las instrucciones y órdenes para la ejecución de las tareas. Incluye también la comunicación de la cultura organizacional.

Comunicación ascendente. Es la que fluye desde los niveles bajos de la organización hacia los más altos. Ejemplos de este tipo de comunicación son los proyectos o informes que los empleados envían a sus superiores.

Comunicación horizontal. Es la que se establece entre miembros de igual nivel jerárquico, ya sean de una misma área o de diferentes áreas. Se emplea en las reuniones de trabajo, notas, debates.

Comunicación externa. Es la destinada a las personas que no pertenecen a la organización (clientes, proveedores, competidores, agencias del gobierno, etc.). Atendiendo a su destinatario, se clasifica en:

Comunicación comercial. Incluye la comunicación dirigida a clientes y proveedores, que se articula en campañas publicitarias y estrategias de presentación de productos o servicios.

Comunicación pública. Está orientada a la relación de las organizaciones con los gobiernos y los organismos públicos no estatales. Comprende las presentaciones realizadas para dar cumplimiento a leyes y normativas.

Finalmente, la comunicación organizacional también se clasifica, según su registro o grado de formalidad, en:

Comunicación formal. Es la que emite la organización mediante manuales, protocolos, comunicados y también mediante publicidades. Suele elaborarse cuidadosamente.

Comunicación informal. Corresponde a la que se establece en las interacciones cotidianas de los miembros de la organización. Se trata, por lo tanto, de una modalidad de la comunicación interna.

Las relaciones Humanas y Públicas dentro del Secretariado Ejecutivo Universitario

RRHH Y LA COMUNICACIÓN

El rol del comunicador interno

Todo comunicador abocado a la comunicación interna tiene como papel fundamental desarrollar estrategias e identificar los problemas de comunicación entre los miembros, en las distintas áreas y niveles jerárquicos.

Para realizar esta tarea, pone en marcha los siguientes pasos: el diagnóstico, la planificación, la ejecución del plan y su seguimiento. La actividad del comunicador deberá ser continua y permanente ajustando el plan a las distintas realidades y cambios que la organización enfrenta día a día.

Se requiere que todo comunicador interno posea las siguientes características y competencias:

- habilidad para crear y sostener relaciones basadas en la confianza.
- tener una mirada holística de la organización.
- innovación y creatividad.
- saber escuchar.
- liderazgo.
- favorecer la comunicación entre los miembros de la organización.

Objetivos de la comunicación interna

- El principal objetivo es incorporar el proyecto corporativo en el seno de la empresa. Una empresa que no tiene proyecto no es empresa, no existe. Para llevarlo a cabo, deberá conseguir la adhesión a sus propósitos trabajando desde el área de comunicación interna.
- La comunicación interna del proyecto corporativo persigue:
- lograr un mayor consenso en el cumplimiento de las metas corporativas entre los integrantes de la organización.
- promover en ellos las actitudes necesarias para llevar a cabo el proyecto.
- Es importante la participación de todos los integrantes, lo que llevará a un resultado eficaz y un mayor nivel de compromiso.
- Una buena comunicación Interna también puede
- crear una cultura compartida y un sentido de pertenencia.
- promover la confianza en la organización.
- mejorar el clima laboral

LA DIFERENCIA CON LAS RELACIONES PÚBLICAS

Cuando hablamos del concepto de relaciones humanas y relaciones públicas, podemos decir que estas últimas pretenden lograr el desarrollo y la aceptación de una organización dentro de la comunidad, al informar sus objetivos y sus metodologías de trabajo. Es decir que, mientras las relaciones humanas son vinculaciones entre personas, las relaciones públicas establecen vínculos entre los seres humanos (individuos) y una organización o entidad (grupo). En este contexto, Sáenz (2007) refiere que un equipo es un conjunto de personas quienes realizan una tarea para alcanzar resultados, constituido por un número reducido de personas con capacidades complementarias, comprometidas con un propósito, un objetivo de trabajo y un planteamiento común y con responsabilidad mutua compartida.

Las relaciones Humanas y Públicas dentro del Secretariado Ejecutivo Universitario

Capítulo V:

En este capítulo utilizando como herramientas cuadros comparativos, se realiza un análisis de las diferencias y similitudes de los Profesionales de Relaciones públicas con respecto a otras profesiones , y a su vez lo mas importante , la relacion que lo vincula a un Profesional que se desempeña como Secretaria Ejecutiva Univeritaria, ya sea como un nexo entre este y las organizaciones y los objetivos de imagen que pretende la empresa, tambien es importante resaltar que la secretaria es quien maneja la comunicación interna, y quien mejor puede orientar, guiar y acompañar al profesional, logrando un consenso y un objetivo, benefica para ambos .

Análisis y vinculación

Diferencias	
<p>Relaciones públicas:</p> <p>1- Los profesionales de las relaciones públicas deben poseer un fino olfato periodístico para identificar los ángulos noticiosos de la información de sus clientes con fin de alcanzar notoriedad pública.</p> <p>2-El periodista busca la noticia mientras que las relaciones públicas les ayudan legítimamente a detectarlas y crearlas</p> <p>3-El experto en relaciones públicas se encarga de delinear los planes y de comunicación integrales, no necesariamente comunicando para el afuera o para los clientes externos, para sus públicos, proveedores y empleados</p>	<p>Periodismo:</p> <p>1-Tiene la responsabilidad de servir al mejor interés del público,incluso si eso significa exponer verdades difíciles e incómodas.</p> <p>2-Consiste en recolectar, sintetizar, jerarquizar y publicar información relativa a la actualidad y difundirlo en los diferentes medios de comunicación</p> <p>3-Pretende dar a conocer la empresa llevando su mensajes a nuevas audiencias</p>
<p>Relaciones Públicas:</p> <p>1-Son un método de comunicación utilizado por las empresas para transmitir una imagen positiva a un público determinado y al público en general</p> <p>2-Los métodos de relaciones públicas pueden ser notas de prensa,participación en la comunidad y conferencias en foros públicos sobre temas de importancias para un publico objetivo</p>	<p>Publicidad</p> <p>1-Es una forma de comunicarse con un público objetivo utilizando los medios de comunicación en su mayoría pagados tales como televisión,radio, internet y publicaciones impresas</p> <p>2-Los programas eficaces de publicidad incluyen temas que comunican la misión empresarial la marca y los servicios</p>
<p>Relaciones Públicas:</p> <p>1-Se encarga de gestionar el flujo de información entre la empresa y el público.</p> <p>2-a través de las relaciones públicas la empresa puede mantener una ficha sobre el flujo de mercado y conocer la opinión pública de sus productos .</p>	<p>Marketing:</p> <p>1- Consiste en identificar y satisfacer las necesidades de las personas y la sociedad.</p> <p>2-Función Organizaron con un conjunto de procesos para crear comunicar y entregar valores a los clientes en forma que beneficie a la organización y sus grupos de interés .</p>

Las relaciones Humanas y Públicas dentro del Secretariado Ejecutivo Universitario

Aunque ambas profesiones pueden compartir algunas habilidades generales, como la capacidad de comunicación y organización, difieren en sus roles específicos y el contexto laboral en el que operan. Mientras que la Secretaria Ejecutiva Universitaria se enfoca en brindar apoyo administrativo a nivel ejecutivo en diferentes entornos, el Profesional en Relaciones Públicas se centra en gestionar la comunicación y la imagen pública de una organización en una variedad de industrias y contextos.

Cuadro comparativo: Diferencias

Secretaria Ejecutiva Universitaria	Profesional en Relaciones Públicas
Rol y Responsabilidades	
<p>Su rol principal es brindar apoyo administrativo y ejecutivo a altos directivos, gerentes o equipos de trabajo en una institución educativa.</p> <p>Gestionar la correspondencia, coordinar reuniones y eventos, mantener archivos, realizar transcripciones y gestionar la agenda de los directivos.</p> <p>Puede estar involucrada en la preparación de informes, presentaciones y documentos.</p>	<p>Se encarga de gestionar y mantener la imagen pública y la reputación de una organización o empresa.</p> <p>Desarrolla estrategias de comunicación para transmitir mensajes clave a diferentes audiencias, incluyendo clientes, medios de comunicación, inversores y la comunidad en general.</p> <p>Organiza eventos, conferencias de prensa y campañas de relaciones públicas para promover productos, servicios o iniciativas de la empresa.</p>
Habilidades Requeridas:	
<p>Habilidades organizativas excepcionales para gestionar múltiples tareas y prioridades.</p> <p>Excelente habilidad para la comunicación verbal y escrita.</p> <p>Dominio de software de oficina, como procesadores de texto, hojas de cálculo y programas de presentación.</p> <p>Capacidad para mantener la confidencialidad y manejar información sensible de manera discreta.</p>	<p>Fuertes habilidades de comunicación y redacción.</p> <p>Capacidad para pensar estratégicamente y trabajar de manera creativa para desarrollar campañas efectivas.</p> <p>Excelentes habilidades interpersonales para establecer y mantener relaciones con diversos grupos de interés.</p> <p>Conocimiento sólido de los medios de comunicación y las tendencias del mercado.</p>
Contexto Laboral:	
<p>Suelen trabajar en entornos académicos, como universidades, facultades o institutos de educación superior.</p> <p>Su trabajo se centra en brindar soporte administrativo y ejecutivo a líderes académicos y personal directivo.</p>	<p>Pueden trabajar en una variedad de industrias, incluyendo empresas, agencias gubernamentales, organizaciones sin fines de lucro, agencias de relaciones públicas y consultorías.</p> <p>Su trabajo implica interactuar con medios de comunicación, stakeholders y el público en general para gestionar la percepción y reputación de la organización.</p>

Las relaciones Humanas y Públicas dentro del Secretariado Ejecutivo Universitario

La Secretaria Ejecutiva Universitaria y las Relaciones Públicas y Humanas están interconectadas en la gestión de la comunicación, la imagen institucional, el mantenimiento de relaciones y la coordinación de eventos dentro de una institución educativa. Ambos roles desempeñan funciones complementarias para promover los objetivos y valores de la organización,

Cuadro comparativo: Similitudes

Secretaria Ejecutiva Universitaria	Profesional en Relaciones Públicas
Comunicación y Coordinación:	
La Secretaria Ejecutiva Universitaria a menudo actúa como enlace entre altos directivos y otros departamentos dentro de la universidad. En este papel, requiere habilidades sólidas de comunicación y coordinación.	Los profesionales de Relaciones Públicas y Humanas se encargan de gestionar la comunicación externa e interna de la institución, asegurándose de que los mensajes sean claros, coherentes y alineados con los objetivos organizacionales.
Gestión de Eventos:	
Pueden estar involucrados en la planificación y coordinación de eventos dentro de la universidad. Esto puede incluir conferencias, seminarios, ceremonias de premiación, entre otros. La secretaria puede encargarse de la logística y los detalles administrativos	Los profesionales de Relaciones Públicas pueden también estar involucrados en la planificación y coordinación de eventos dentro de la universidad. Esto puede incluir conferencias, seminarios, ceremonias de premiación, entre otros. los profesionales de Relaciones Públicas se ocupan de la promoción del evento y la gestión de la asistencia.
Mantenimiento de la imagen institucional.	
Ambos roles requieren habilidades sólidas en el manejo de relaciones interpersonales, la resolución de conflictos y la construcción de redes profesionales.	Ambos roles requieren habilidades sólidas en el manejo de relaciones interpersonales, la resolución de conflictos y la construcción de redes profesionales.
Apoyo a la gestión de Crisis	
En situaciones de crisis o emergencia, la Secretaria Ejecutiva puede desempeñar un papel crucial al proporcionar apoyo administrativo y logístico a los líderes universitarios.	Los profesionales de Relaciones Públicas y Humanas trabajan en la gestión de la comunicación durante crisis, asegurándose de que la institución maneje la situación de manera transparente y efectiva para proteger su reputación.

Las relaciones Humanas y Públicas dentro del Secretariado Ejecutivo Universitario

Capítulo VI

La salud mental es crucial en cualquier campo laboral, incluido el secretariado ejecutivo universitario. Los profesionales de este campo a menudo lidian con múltiples tareas, plazos ajustados y altos niveles de estrés. Es fundamental cuidar el bienestar emocional para mantener un rendimiento óptimo y una buena calidad de vida. En este capítulo se brindan estrategias para promover la prevención, establecer límites saludables, gestionar los tiempos e implementar pausas y actividades recreativas que complementen un bienestar general.

SALUD MENTAL DE LAS SECRETARIAS EJECUTIVAS :

La salud mental dentro del secretariado es de vital importancia, ya que afecta directamente el desempeño, la productividad y la satisfacción en el entorno laboral.

En el contexto del secretariado, la salud mental implica varios aspectos clave:

Aspectos Clave de la Salud Mental en el Secretariado

***Bienestar Emocional:**

Al hablar de Salud Mental , debemos hablar de la Inteligencia Emocional , las emociones y su manera de gestionar, si bien esto es particular a cada individuo , esto influye en el desempeño laboral a continuación algunas definiciones para entender su importancia.

Inteligencia Emocional : “la inteligencia emocional es nuestra capacidad para entender y manejar correctamente nuestras emociones y las de los que nos rodean, de manera que sus enfoques se basan en las relaciones con los demás, el poder conseguir nuestras metas y la superación de obstáculos de una manera más fácil” Daniel Goleman.

Manejo del Estrés: Las secretarias a menudo trabajan bajo presión, manejando múltiples tareas y plazos. Una buena salud mental les permite manejar el estrés de manera efectiva, manteniendo la calma y la eficiencia.

Resiliencia: La capacidad de recuperarse de contratiempos y mantener una actitud positiva frente a los desafíos es crucial.

***Habilidades Interpersonales**

Comunicación Eficaz: Una buena salud mental facilita la comunicación clara y efectiva con colegas, superiores y clientes.

Relaciones Laborales Saludables: Fomentar relaciones de trabajo positivas y colaborativas contribuye a un ambiente de trabajo armonioso y productivo.

***Productividad y Desempeño:**

Concentración y Atención: Una mente sana mejora la capacidad de concentración y atención a los detalles, reduciendo errores y aumentando la eficiencia.

Las relaciones Humanas y Públicas dentro del Secretariado Ejecutivo Universitario

Toma de Decisiones: La salud mental robusta contribuye a una mejor toma de decisiones, ayudando a las secretarías a evaluar situaciones y elegir las mejores soluciones.

***Crecimiento Profesional:**

Desarrollo de Habilidades: Mantener una buena salud mental permite a las secretarías estar abiertas a aprender nuevas habilidades y adaptarse a cambios tecnológicos y metodológicos.

Motivación y Ambición: Una salud mental positiva fomenta la motivación y el deseo de alcanzar metas profesionales y personales.

***Balance Vida-Trabajo:**

Equilibrio: La capacidad de equilibrar las demandas laborales con la vida personal es crucial para evitar el agotamiento y mantener un estado de bienestar general.

Tiempo para el Autocuidado: Incluir prácticas de autocuidado y actividades que promuevan la relajación y el bienestar es fundamental para mantener la salud mental.

IMPORTANCIA DE LA SALUD MENTAL EN EL SECRETARIADO

Reducción del Absentismo: Una buena salud mental reduce las tasas de absentismo debido a enfermedades relacionadas con el estrés y otros problemas de salud mental.

Mejora del Clima Laboral: Un entorno donde se prioriza la salud mental contribuye a un clima laboral positivo, lo cual beneficia a todo el equipo y a la empresa en general.

Satisfacción Laboral: Las secretarías con buena salud mental suelen sentirse más satisfechas con su trabajo, lo que puede llevar a una mayor retención de empleados y menor rotación.

Estrategias para Promover la Salud Mental en el Secretariado

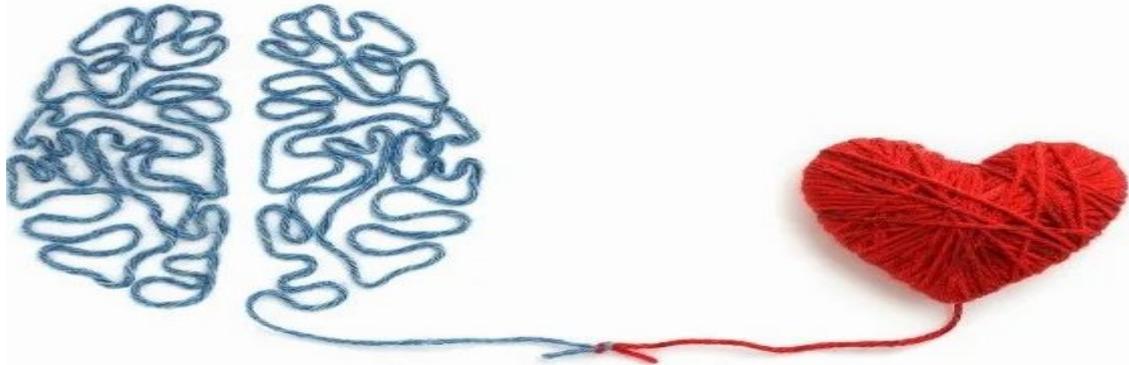
Programas de Bienestar: Implementar programas que promuevan el bienestar emocional y físico, como sesiones de mindfulness, yoga o actividades recreativas.

Formación y Capacitación: Ofrecer formación en manejo del estrés, técnicas de comunicación y habilidades interpersonales.

Apoyo Psicológico: Proveer acceso a servicios de apoyo psicológico o asesoramiento cuando sea necesario.

Ambiente de Trabajo Saludable: Crear un ambiente de trabajo que valore y apoye la salud mental, incluyendo políticas de trabajo flexible y oportunidades para el desarrollo personal.

Las relaciones Humanas y Públicas dentro del Secretariado Ejecutivo Universitario



ASPECTOS QUE CONFORMAN A LA INTELIGENCIA EMOCIONAL

Hay cuatro aspectos que son necesario para conocer qué es la inteligencia emocional según Goleman:

***Autoconciencia emocional**

Es nuestra capacidad para comprender nuestros sentimientos y forjar valores a nuestro ser, siempre que nos conozcamos y poseamos educación emocional sabremos cómo actuar y las consecuencias que tendrán nuestras acciones.

***Automotivación**

Es la habilidad para orientarnos y motivarnos a lograr nuestras metas. Debemos siempre afrontar nuestras dificultades con optimismo y confianza nunca bajando los brazos para conseguir más triunfos y logros de manera regular.

***Empatía**

Debemos comprender los sentimientos de las demás personas ajenas a nosotros colocándonos en su lugar para tener un mayor entendimiento de lo que sienten.

***Habilidades sociales**

Optimizar este aspecto no solo mejorará nuestras habilidades emocionales, también las de nuestros círculos cercanos. Esta es necesaria sobre todo en ambientes laborales, lo cual puede presentar un aumento en la productividad de un negocio.

En resumen, la salud mental es fundamental en el secretariado para asegurar que los profesionales puedan desempeñarse de manera efectiva, mantener relaciones laborales saludables y disfrutar de un equilibrio adecuado entre la vida laboral y personal.

TRABAJO EN EQUIPO:

El Trabajo en Equipo y la Salud Mental

El trabajo en equipo no solo mejora la productividad y eficiencia dentro de las organizaciones, sino que también tiene un impacto significativo en la salud mental de los empleados. Participar en equipos de trabajo puede ofrecer un apoyo emocional y social que contribuye al bienestar psicológico de los miembros.

Las relaciones Humanas y Públicas dentro del Secretariado Ejecutivo Universitario

Beneficios del Trabajo en Equipo para la Salud Mental

Reducción del Estrés: Colaborar con compañeros permite compartir la carga de trabajo y las responsabilidades, lo que puede reducir el estrés individual. La sensación de contar con el apoyo de otros miembros del equipo también puede aliviar la presión y la ansiedad.

Fomento de la Resiliencia: Los equipos de trabajo pueden ayudar a desarrollar la resiliencia al proporcionar un entorno donde los desafíos y fracasos se afrontan colectivamente. Esto crea un sentimiento de seguridad y confianza entre los miembros, que se sienten respaldados y comprendidos.

Mejora de la Autoestima: Contribuir al éxito del equipo y recibir reconocimiento por el trabajo bien hecho puede aumentar la autoestima y la motivación de los empleados. El feedback positivo y el sentido de logro compartido son cruciales para el bienestar emocional.

Aumento del Sentido de Pertenencia: Formar parte de un equipo cohesionado puede incrementar el sentido de pertenencia y la conexión social. Estos factores son esenciales para la salud mental, ya que los seres humanos tienden a prosperar en entornos donde se sienten valorados y aceptados.

Estrategias para Fomentar un Entorno de Trabajo Saludable

Comunicación Abierta y Honesta: Fomentar una comunicación abierta y honesta dentro del equipo puede ayudar a prevenir malentendidos y conflictos. También permite a los miembros expresar sus preocupaciones y recibir el apoyo necesario.

Apoyo Mutuo: Promover un ambiente donde los miembros del equipo se apoyen mutuamente es fundamental. Esto incluye estar atentos a los signos de estrés o agotamiento en los compañeros y ofrecer ayuda cuando sea necesario.

Balance Trabajo-Vida: Las organizaciones deben alentar un equilibrio saludable entre el trabajo y la vida personal. Permitir la flexibilidad en los horarios y apoyar las necesidades personales de los empleados puede contribuir significativamente a su bienestar mental.

Reconocimiento y Celebración de Logros: Reconocer y celebrar los logros del equipo no solo refuerza la moral, sino que también fomenta un entorno positivo y motivador. Esto puede incluir recompensas formales e informales, así como celebraciones de hitos importantes.

Desarrollo Profesional: Ofrecer oportunidades de desarrollo profesional y capacitación puede ayudar a los empleados a sentir que están avanzando en sus carreras y a mantenerse motivados y comprometidos.

El trabajo en equipo tiene un impacto profundo en la salud mental de los empleados. Fomentar un entorno de trabajo colaborativo y solidario puede reducir el estrés, aumentar la resiliencia, mejorar la autoestima y fortalecer el sentido de pertenencia. Implementar estrategias que apoyen la comunicación abierta, el apoyo mutuo, el equilibrio trabajo-vida, el reconocimiento de logros y el desarrollo profesional es esencial para crear un ambiente de trabajo saludable y productivo.

En la actualidad, la mayor parte de las organizaciones reconocen la importancia del trabajo en equipo no solo como un medio para mejorar su competitividad, sino también como un sistema de organización del trabajo que permite mejorar el clima laboral, la comunicación interna, la integración de los nuevos miembros, y la transmisión de sus valores y cultura, entre otros beneficios.

Las relaciones Humanas y Públicas dentro del Secretariado Ejecutivo Universitario

CONCLUSIÓN

Tras finalizar el trabajo monográfico y haber completado la carrera de Secretariado Ejecutivo Universitario, llego a la conclusión que la capacitación continua y el conocimiento son fundamentales para alcanzar el éxito y el profesionalismo. Los profesionales en este campo son el resultado de una formación académica rigurosa, evidenciada en cada materia cursada, cada examen rendido y la información absorbida e interpretada por cada uno..

Los profesores sirven como ejemplos e instructores que guían a los estudiantes hacia la práctica de la profesión. Como seres humanos, nos relacionamos con otros con diversos fines y necesitamos estrategias de relaciones interpersonales y relaciones públicas para proyectar una imagen positiva y obtener beneficios.

A lo largo de la carrera, se desarrollan diversas áreas que competen a la secretaria y la orientan en su labor. Sin embargo, es responsabilidad de cada profesional desarrollar sus capacidades individuales con más énfasis y entusiasmo.

Finalmente, con el paso de los años, la relevancia y la importancia del rol de la secretaria dentro de una organización han sido ampliamente reconocidas. Esto ha añadido un valor significativo tanto a organizaciones públicas como privadas, destacando la contribución esencial de las secretarías ejecutivas en el éxito y la eficiencia organizacional.

BIBLIOGRAFIA/FUENTES DE CONSULTA

https://definicion.de/secretaria/#google_vignette

Publicado por Julián Pérez Porto y Ana Gardey. Actualizado el 5 de agosto de 2021. *Relaciones humanas - Qué son, importancia, definición y concepto*. Disponible en <https://definicion.de/relaciones-humanas/>

<https://www.euroinnova.com.ar/blog/que-es-la-inteligencia-emocional-segun-goleman>

Fuente: <https://concepto.de/comunicacion/#ixzz8aygmTJT9>