



2

Las relaciones públicas dependen del trabajo creativo que construye con éxito la confianza y cultiva relaciones con terceros que tienen como base la credibilidad, utilizando principalmente canales de comunicación para influir en el diálogo público y finalmente cambiar las percepciones de distintos públicos, de manera que protejan y realcen la reputación de las marcas. Los trabajos se pueden inscribir en 3 subcategorías:

2

0

0

2

D.1 Productos y Servicios

Campaña de relaciones públicas de un producto o servicio.

2

1

D.2 Bien Público, sin fines de lucro, institucional e Instituciones Públicas

Campaña de relaciones públicas para campañas de bien público, institucionales e instituciones públicas.

1

D.3 Digital y Social

Uso de las plataformas digitales y redes sociales para ejecutar la campaña de PR.

