

	CARATULA DE EVALUACIÓN	PRF-FOR-01
	PROFESORES	

Nombre del alumno (a)

Sello de autorización

Profesor	Ing. Violeta Mabridis Mérida Velázquez	Parcial	Fin de modulo	 UNIVERSIDAD DEL SURESTE AUTORIZADO <small>COORDINACIÓN ACADÉMICA</small>		
Carrera	LAN	Semestre	7°		Fecha	19/Octubre/24
Materia	RELACIONES PÚBLICAS		Nomenclatura del Grupo:		LAN02SSC1022-A	
	Total, de Preguntas:		25 reactivos		Calificación:	

INSTRUCCIONES: Contesta falso (F) y verdadero (V) a los siguientes reactivos: (10 reactivos)

1. El objetivo principal de las relaciones públicas es la creación de confianza en su entorno público, o regenerar y consolidar esta confianza. _____
2. Las empresas suelen contratar los servicios de las agencias de Relaciones Públicas con el objetivo de alcanzar una mayor cobertura de mercado. _____
3. El gobierno compite con la iniciativa privada en muy diversas ramas de las actividades económicas, a través de empresas descentralizadas principalmente, así como de otros organismos oficiales. _____
4. Los poderes públicos también no tienen voz y voto y sus decisiones no afectan en la empresa, así que la relación con ellos debe ser negativa. _____
5. Las Relaciones Públicas están al servicio de una gran variedad de instituciones de la sociedad, como grupos de negocios, corporaciones, agencias gubernamentales, hospitales, escuelas, etc. _____

INSTRUCCIONES: relaciona los reactivos con la respuesta correcta (8 reactivos)

- | | |
|---|----------------------------------|
| 1. Los datos fluyen desde las organizaciones a los públicos, se presta mayor atención en que la información difundida sea válida, evitando los datos falsos o rumores. [] | a. Modelo de Agente de Prensa |
| 2. Una herramienta para conocer al público y comprender cómo la organización es percibida por parte de la audiencia, así como determinar qué consecuencias puede tener la empresa. [] | b. Modelo de Información Pública |

- | | |
|--|--|
| <p>3. Se basa en la investigación de los públicos para conocerlos y, de esta manera, lograr persuadirlos con mayor eficiencia. []</p> <p>4. Se prepondera la presencia permanente del cliente en los medios de comunicación con el fin de la persuasión; cuanto mayor sea la visibilidad mediática de nuestra organización, mejor serán los resultados. []</p> | <p>c. Modelo
Asimétrico
Bidireccional</p> <p>d. Modelo
Simétrico
Bidireccional</p> |
|--|--|

INSTRUCCIONES: Caso práctico (7 reactivos)

Viernes 9 de marzo, 2018



Johnnie Walker Black Label, el famoso whisky escocés, cuyo caballero del logotipo, el 'Striding Man', lleva más de cien años caminando a zancadas solo por fin ha encontrado una mujer que quiere acompañarle en su camino.

Su nombre es Jane Walker y, como no podía ser de otra forma, se trata de una botella elegante, de edición

limitada, a un precio de US\$35, que se puso a la venta sólo en EE.UU, coincidiendo con la semana en la que se celebra el día internacional de la mujer.

- 1 . ¿ Qué promovió en la sociedad ?
- 2 . ¿ Por qué lanzar una versión femenina en los productos de esta empresa ?
- 3 . ¿ Qué logró la empresa con esta campaña de publicidad ?

Enviar al correo meridavioleta3@gmail.com una ves terminadala evaluación.