

UNIVERSIDAD DEL SURESTE

LICENCIATURA EN CONTADURIA PUBLICA

7° CUATRIMESTRE

MATERIA: RELACIONES PUBLICAS

TITULO: PLANEACION DE LAS RELACIONES PUBLICAS

CATEDRATICO: EZEQUIEL LOPEZ HERNANDEZ

NOMBRE: LUIS CRESENCIO MOLINA DIAZ

PLANEACION DE LAS RELACIONES PUBLICAS

Importancia de la planeación de la función de las relaciones públicas.

Para alcanzar con éxito los objetivos deseados depende en gran medida de que se planeen correctamente las actividades encaminadas a ello. La planeación adecuada fomenta las buenas relaciones entre todos los niveles de los empleados y trabajadores de la empresa.

El éxito de las funciones de las organizaciones, incluyendo la de Relaciones Publicas, dependen de un alto grado de su correcta planeación.

La planeación también es factor importante en el éxito de las organizaciones o empresas y creemos que es precisamente la existencia o ausencia de ella lo que marca la diferencia más señalada entre las organizaciones con éxito en México.

Etapas de planeación

Las planeaciones de la función de relaciones públicas se dividen en tres etapas principales:

LA INVESTIGACION: una investigación previa a la elaboración de planes es indispensable para que éstos se desarrollen con base en datos objetivos y no partiendo de simples suposiciones, corazonadas, intuiciones o inclinaciones personales.

Podemos subdividir la investigación en dos fases: a) definición del problema y de los objetivos, y b) análisis del problema.

ELABORACIÓN DE PLANES Y PROGRAMAS GENERALES: Una vez que hemos analizado el problema y concluido con ello la fase de investigación, podemos pasar a la elaboración de uno o varios esbozos de planes (planes generales) para alcanzar las metas fijadas que habrán de servir a manera de cursos alternativos de acción.

ELABORACIÓN DE PLANES Y PROGRAMAS ESPECÍFICOS: cursos alternativos de acción enunciados en forma de planes generales, se estudian y escogen los que ofrezcan las mejores perspectivas para una solución integral del problema, a fin de desarrollar ya un plan específico y posteriormente un programa. El plan será, pues, un curso de acción a seguir bien definido, para la consecución de los objetivos fijados.

PLANEACION DE LAS RELACIONES PUBLICAS

Consistencia de los programas de relaciones públicas.

Haciéndola más precisa, tales como políticas, programas, procedimientos y presupuestos. Entre estos elementos destacan por su trascendencia, en lo que toca a la función de relaciones públicas, las políticas y los programas, ya que las primeras marcan las directrices generales que habrá de seguir el desarrollo de esta función para alcanzar sus objetivos generales,

Lo primero que tenemos que hacer cuando nos proponemos elaborar un programa de relaciones públicas para cierta organización consiste en recordar los objetivos generales fijados para la función.

El tener presentes los objetivos generales de relaciones públicas es indispensable, en virtud de que los objetivos que fijemos para el periodo del programa tendrán que ser congruentes con los primeros.

Los presupuestos de egresos para relaciones públicas

Contar con un presupuesto de egresos para la función de relaciones públicas como instrumento de planeación y control; sin embargo, su elaboración presenta serias dificultades por diversas razones. Sería imposible generalizar cuál es la suma que debe gastarse en la función.

Para determinar el presupuesto publicitario existen diversos criterios, algunos de ellos bastante difundidos y aceptados, como el consistente en calcular un porcentaje sobre las ventas, ya sea de periodos anteriores o presupuestadas.

La opinión de Nielander y Miller en el sentido de que la suma del presupuesto depende frecuentemente de la habilidad del director o responsable de la función, para "vender" sus objetivos y planes a la dirección general." Es evidente que para obtener de la dirección la cantidad deseada será decisivo presentarle lo más concreto y claro posible.

la planeación de las relaciones públicas por sí sola no garantiza el éxito de esta función. Para lograrlo es indispensable, además, que se completen adecuadamente las dos etapas restantes del proceso administrativo.