

CUADRO SINOPTICO

UNIDAD III

RELACIONES PÚBLICAS

PROFESORA KARINA MARICRUZ PEREZ

PRESENTA EL ALUMNO:

Glendy Karina Escobar Vázquez

GRUPO, SEMESTRE y MODALIDAD:

7to. Cuatrimestre Turismo Escolarizado

Comitán de Domínguez, Chiapas

21 de Noviembre del 2020.

PLANEACIÓN DE LAS RELACIONES PÚBLICAS

Importancia de la planeación de la función de las relaciones públicas

La planeación adecuada fomenta las buenas relaciones entre todos los niveles de los empleados y trabajadores de la empresa.

Etapas de planeación

Podemos dividir la planeación de la función de relaciones públicas en tres etapas principales

Investigación.

a) definición del problema y de los objetivos, y b) análisis del problema.

Elaboración de cuestionarios.

Metodos informales y formales

Elaboración de planes y programas generales

(planes generales) para alcanzar las metas fijadas que habrán de servir a manera de cursos alternativos de acción

Elaboración de planes y programas específicos

El plan será, pues, un curso de acción a seguir bien definido, para la consecución de los objetivos fijados.

Consistencia de los programas de relaciones públicas

políticas, programas, procedimientos y presupuestos

Procedimientos y presupuestos, podemos asegurar que si bien son importantes, se encuentran subordinados a los objetivos y políticas y en cierta medida, a los programas

Programas, lo cual nos conducirá necesariamente a tratar nuevamente el asunto de los objetivos podemos definir un programa de relaciones públicas como un plan para un periodo determinado y con objetivos bien definidos

Los presupuestos de egresados para relaciones públicas

Es muy conveniente contar con un presupuesto de egresos para la función de relaciones públicas como instrumento de planeación y control

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.

Ejemplo de programa de relaciones públicas

Ejemplo un caso hipotético de programa anual de relaciones públicas, en el cual se incluirá no sólo el programa en sí, sino también algunos datos y antecedentes tomados en cuenta para su elaboración

Datos generales

Públicos de la empresa En primer lugar se definieron y clasificaron los públicos importantes para la empresa

Existen elevados índices de rotación, retardos y ausentismo de personal