



**Nombre de alumno: Paulina Cárdenas Guillen**

**Nombre del profesor: Karina Pérez Guillén**

**Nombre del trabajo: Cuadro Sinóptico**

**Materia: Relaciones Públicas**

**Grado: 7**

**Grupo: Turismo**

Comitán de Domínguez Chiapas a 12 de

3 unidad

Importancia de la planeación:

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

Etapas

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

Investigación

Realizar 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.

Análisis del problema

Una vez definido el problema y los objetivos, se deberá realizar el análisis del mismo tan detalladamente como sea posible. Esta fase consistirá en recopilar hechos y datos relativos al problema, descomponer éste en partes y estudiar cada una de ellas.

Otra etapa

Existen diversos métodos para llevar a cabo el análisis de la opinión de los públicos, los cuales podemos clasificar básicamente en informales y formales.

Métodos formales

Las características principales de estos métodos son su objetividad y que se basan en el análisis de muestras representativas; es decir, en lugar de obtener información de todos y cada uno de los miembros del público investigado, lo cual sería imposible en la mayoría de los casos, además de muy costoso, se recaban datos sólo de un grupo pequeño pero representativo del mismo.

3.3

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.

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; sin embargo, su elaboración presenta serias dificultades por diversas razones. Sería imposible generalizar cuál es la suma que debe gastarse en la función.

Ejemplo de programa de RP

Públicos de la empresa, publico interno, públicos externos, relaciones con el personal,

Públicos de la empresa

En primer lugar se definieron y clasificaron los públicos importantes para la empresa, y quedaron como sigue: Público interno 1. Personal directivo 2. Personal operativo Públicos externos 1. Accionistas y organizaciones financieras 2. Clientes actuales y potenciales a) Distribuidores (detallistas y mayoristas) b) Consumidores 3. Gobierno 4. Comunidad 5. Empresas competidoras 6. Proveedores 7. Medios masivos de comunicación

Relaciones con el personal

Gran número de empleados considera que la empresa despide trabajadores injustificadamente. Se encontró que la razón primordial de tal creencia la constituye el hecho de que en meses pasados hubo necesidad de realizar un despido colectivo de ocho obreros por causas no imputables a ellos, sino por razones administrativas, pero nunca se hizo saber al personal afectado las verdaderas razones del despido; éstas se mantuvieron un tanto encubiertas propiciándose la propagación de rumores.