



**UNIVERSIDAD DEL SURESTE**

**NOMBRE DE LA ALUMNA: ALICIA DEL CARMEN PÉREZ HERNÁNDEZ.**

**LICENCIATURA: CONTADURÍA PÚBLICA.**

**NOMBRE DEL PROFESOR: HUGO ADALBERTO SANTIESTEBAN PANIAGUA.**

**NOMBRE DEL TRABAJO: CUADRO SINÓPTICO DE LA UNIDAD III.**

**TEMAS:**

- **CONSISTENCIA DE LOS PROGRAMAS DE RELACIONES PÚBLICAS.**
- **LOS PRESUPUESTOS DE EGRESADOS PARA RELACIONES PÚBLICAS.**
- **EJEMPLO DE PROGRAMAS DE RELACIONES PÚBLICAS.**

**MATERIA: RELACIONES LABORALES**

**CUATRIMESTRE: 7 MO**

**GRUPO: €**

UNIDAD III

Consistencia de los programas de relaciones públicas.

Propósito final de cada planeación

- Política
- Programas
- Procedimiento
- presupuestos

Un plan se convierte en programa cuando.

Se especifican un inicio y un final de la actividad.

Elaboración de programa de relaciones públicas.

Recordar objetivos fijados para una función aquella que no a fijado para un determinado periodo.

Los objetivos del programa como las actividades.

Deberán ser con base a la necesidad que afronte la organización, actitudes razones de imagen y comunicación.

Acercacion de objetivo

Emplear los medios de comunicación, que debe estar fundada de información de productos de investigaciones.

Los presupuestos de egresados para las relaciones públicas.

Presupuestos de egresos de relaciones públicas como instrumento.

\*Planeación, criterios, presupuesto y control publicitario.  
\*Calcular el porcentaje sobre las ventas por periodos.

Razones

Los beneficios que se obtienen son imposibles de cuantificar.

Planeación de relaciones públicas.

Prestar atención al publico interno de la organización para mejorar la atención externa.

Para lograr una relación pública.

Cumplir con las etapas de implementación y control, para lograr un excelente plan.

Unidad III

Programa de relaciones públicas.

Datos generales

La compañía tequilera se fundó en 1935, y en 1979 fue presentado el primer programa basado en entrevistas con diversas funciones empleados.

Públicos de la empresa

**Publico interno**  
\*Personal directivo  
\*Personal operativo

**Publico externo,**  
Accionistas y organizaciones financieras.  
\*Clientes actuales Y potenciales.  
\*Consumidores, gobiernos y comunidad.

Situación de las relaciones con diferentes públicos.

\*Personal  
\*Cliente  
\*Gobierno  
\*Empresas competidoras

Relación con el personal

\*Existen elevados índices de rotación, retardo, y ausencia del personal.  
\*Falta de iniciativa y baja motivación del personal.