



Nombre de alumno: Gilary Garduño Alvarez

Nombre Del Profesor: Karina Maricruz Perez

Nombre Del Trabajo: Cuadro Sinóptico

Materia: Relaciones Publicas

PASIÓN POR EDUCAR

Grado: 7mo Cuatrimestre

Grupo: A

Comitán de Domínguez Chiapas a 25 de octubre de 2021

PLANEACIÓN DE LAS RELACIONES PÚBLICAS.

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

También es un factor de éxito en las organizaciones, su existencia o ausencia marca la diferencia entre las organizaciones de éxito y las que fracasan al poco tiempo de iniciarse. El éxito de las funciones de las organizaciones, incluyendo la de Relaciones Públicas, 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 y los cientos de ellas que fracasan y cierran sus puertas cada año, al poco tiempo de iniciarse.

Etapas de planeación.

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.

definición del problema y de los objetivos

Se ha de tener especial cuidado en determinar si se trata de un problema verdadero en el sentido de que sea el meollo de una dificultad y no simplemente un síntoma de algo distinto por completo.

análisis del problema.

Esta fase consistirá en recopilar hechos y datos relativos al problema, descomponer éste en partes y estudiar cada una de ellas. En el caso concreto de las relaciones públicas, esta etapa se refiere básicamente al análisis o investigación propiamente dicha de la opinión del "público".

Elaboración de planes y programas generales o alternativos

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.

De entre los diferentes 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.

Consistencia de los programas de relaciones públicas.

Además de los objetivos, propósito final de toda planeación, existen otros elementos de ésta que contribuyen a perfeccionarla, haciéndola más precisa, tales como políticas, programas, procedimientos y presupuestos.

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.

Si la organización para la cual nos disponemos a elaborar el programa no tiene definidos tales objetivos y políticas, será conveniente que se precisen éstos antes de iniciar la elaboración de aquél.

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

hacer notar que 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, es decir, la implementación y el control, ya que de nada serviría contar con excelentes planes si no los llevamos a realización correctamente y si no controlamos esta última.

Ejemplo de programa de relaciones públicas.

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