Nombre del alumno: Luis Fernando Dominguez Barrera

Nombre del catedratico: Karina Maricruz Perez

Nombre de la materia: Relaciones Publicas

Nombre del trabajo: Cuadro Sinoptico

Grupo: A13

III Unidad

Importancia de la planeacion de la funcion de las relaciones publicas

El plan derelaciones públicas debe enmarcarse en los objetivos generales de la organización y tomarlos como referentes en la formulación de los objetivos específicos del plan

-. Desde luego, 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

-. 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 Publicas, dependen de un alto grado de su correcta planeación.

-. Todo lo anterior pone en evidencia el hecho de que el éxito de las funciones de las organizaciones, incluyendo la de relaciones públicas, depende en un alto grado de su correcta planeación.

Etapas de planeacion

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

Investigacion: 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.

Podemos subdividir la investigación en dos fases:

a) **Definición del problema y de los objetivo:**

No podemos dejar la idea de planeación de la de objetivos, ya que ésta no es un fin en sí sino un medio para alcanzar ciertos fines u objetivos. Resulta obvio pues, que la planeación deba iniciarse por la definición de los objetivos que se pretendan alcanzar. Ahora bien, para determinar con certeza los objetivos, se requiere que previamente se haya definido el problema.

b) **Analisis de 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

Elaboracion 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

Elaboracion de planes y programas especificos: 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

Los presupuestos de egresados para relaciones publicas

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

Hay quienes opinan que una forma para calcular el presupuesto sería la de establecer primero un plan maestro de la función y en seguida estimar el costo de su realización, pero eso sólo sería posible una vez que se hubiera determinado la cifra total que habrá de destinarse a las relaciones públicas, puesto que la elaboración del plan está condicionada por dicha cantidad

Ejemplo de programa de relaciones publicas

servira tanto para comprender el contexto en el cual se da el programa, como para ilustrar objetivos y políticas de relaciones públicas.

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
1. Existen elevados índices de rotación, retardos y ausentismo de personal.
2. En general predomina gran apatía y falta de iniciativa entre el personal, ocasionada por una baja motivación.
3. Con relativa frecuencia se realizaron despidos por actos indisciplinaros
4. Se puede asegurar que los empleados tanto a nivel directivo como intermedio y operativo, están bien remunerados.