CUADRO

Nombre del Alumno: DIEGO IGNACIO CRISTIANI RAMOS

Nombre del tema:

Parcial: 3

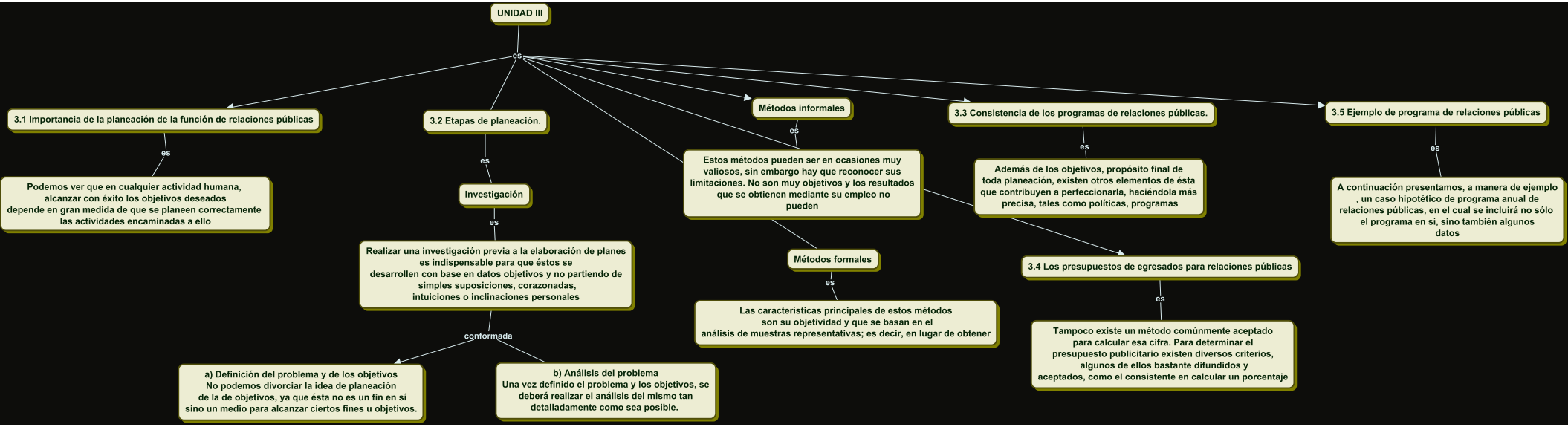
Nombre de la Materia: RELACIONES PUBLICAS

Nombre del profesor: KARINA MARICRUZ

Nombre de la Licenciatura: ESTRATEGIAS DE NEGOCIOS

Cuatrimestre: 7

29/10/21


UNIDAD III
es
3.1 Importancia de la planeación de la función de relaciones públicas
es
Podemos ver que en cualquier actividad humana, alcanzar con éxito los objetivos deseados depende en gran medida de que se planeen correctamente las actividades encaminadas a ello
3.2 Etapas de planeación.
es
Investigación
es
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
conformada
a) Definición del problema y de los objetivos
No podemos divorciar 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.
b) Análisis del problema
Una vez definido el problema y los objetivos, se deberá realizar el análisis del mismo tan detalladamente como sea posible.
Métodos informales
es
Estos métodos pueden ser en ocasiones muy valiosos, sin embargo hay que reconocer sus limitaciones. No son muy objetivos y los resultados que se obtienen mediante su empleo no pueden
Métodos formales
es
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
3.3 Consistencia de los programas de relaciones públicas.
es
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
3.4 Los presupuestos de egresados para relaciones públicas
es
Tampoco existe un método comúnmente aceptado para calcular esa cifra. Para determinar el presupuesto publicitario existen diversos criterios, algunos de ellos bastante difundidos y aceptados, como el consistente en calcular un porcentaje
3.5 Ejemplo de programa de relaciones públicas
es
A continuación presentamos, a manera de 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