

50% AVANCE

- Research (elementos del sector y del mercado importantes para el inicio del trabajo)
- Contexto social, político, económico del país del sector de la empresa.
- Análisis FODA
- Visión y misión de la organización
- Valores de la empresa
- Diferencias del negocio a nivel nacional e internacional
- Aspectos organizacionales y de cambios
- Alianzas estratégicas con otras empresas del sector
- Campaña de comunicación interna (acciones, tiempos e implementación)
- Herramientas para trabajar con el persona

100% FINALIZACIÓN

- Objetivos de la campaña de relaciones públicas.
- Estrategia de comunicación para la campaña
- Herramientas elegidas para el desarrollo de la campaña
- Campaña de prensa
- Agencias de noticias, portales y redes sociales y medios periodísticos elegidos para accionar
- Acciones de marketing directo, promociones
- Programa de fidelización con los clientes, (CRM)
- Tipo de consultora en Comunicación y relaciones públicas.
- Lanzamiento del evento.
Tipo de lugar en función del perfil de la empresa
- Speech del CEO
- Acciones dentro del evento para con los empleados e invitados.
- Follow up del evento. Impacto en los medios
- Repercusión en medios nacionales y extranjeros.
- Auditoría de imagen de la campaña

Observaciones:

Firma del docente

Firma del estudiante

/ /
Fecha