

Plan 302 Lic.Publicidad y R. Públicas

Asignatura 30864 PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN DE LAS RR.PP.

Grupo 1

Presentación

Programa Básico

PARTE I

Planificación y gestión de las Relaciones Públicas: sus bases.

PARTE II

Planificación y gestión de las Relaciones Públicas: evolución de sus contenidos teórico-técnicos.

PARTE III

Modelo de Planificación Estratégica de Relaciones Públicas.

PARTE IV

Planificación y Gestión de las Relaciones Públicas: sectores de aplicación.

Objetivos

OBJETIVOS

Entre los objetivos generales de la asignatura se encuentran los siguientes:

- Que los alumnos conozcan, comprendan y valoren críticamente la importancia de una buena planificación y gestión de las Relaciones Públicas para obtener los objetivos deseados.
- Que aprendan a aplicar los diferentes elementos de las Relaciones Públicas a casos actuales.
- Que sepan diferenciar las Relaciones Públicas de otras disciplinas similares.
- Que sepan desarrollar un plan estratégico de Relaciones Públicas.
- Que sean capaces de aplicar las relaciones públicas a los diferentes sectores (privado, público, político), para que puedan aplicarlo en un futuro trabajo.

Programa de Teoría

PROGRAMA DE TEORÍA

Asignatura:

PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN DE LAS RELACIONES PÚBLICAS

Curso: 5º C.

Primer Cuatrimestre.

PARTE I – El papel de las Relaciones Públicas

1. El concepto de las Relaciones Públicas. Relaciones Públicas y otras disciplinas y actividades afines.
2. Fuentes de las Relaciones Públicas. Sus bases. La ubicación científica y metodológica de las Relaciones Públicas. Elementos y modelos teóricos de las Relaciones Públicas.
3. La opinión pública desde la Planificación y Gestión de las Relaciones Públicas. Ética y profesionalismo.
- 4 La responsabilidad social en la Planificación y Gestión de las Relaciones Públicas. El Profesionalismo. Lobbying.

PARTE II – El Proceso

5. Las etapas históricas de las Relaciones Públicas. El modelo de la Publicidad.
6. El modelo práctico de la Información Pública.
7. El modelo práctico asimétrico bidireccional.
8. El modelo práctico simétrico bidireccional.

PARTE III - Planificación Estratégica

9. Del marketing a la Planificación y Gestión Estratégica de Management. Investigación y análisis.
10. De los objetivos generales a los objetivos de Comunicación. Eficacia comunicacional. Opinión pública y persuasión. Cómo llegar al público adecuado.
11. De la estrategia general a la estrategia de Relaciones Públicas. La planificación de la estrategia operativa. El Plan logístico.
12. Evaluación de resultados.
13. Tácticas y técnicas: escritas, orales, visuales, nuevas tecnologías, etc.

PARTE IV – Aplicación

Planificación y Gestión de las Relaciones Públicas por sectores de aplicación. Relaciones con los diferentes públicos y programa general.

14. Las Relaciones Públicas en el sector empresarial.
15. Las Relaciones Públicas en el sector público.
16. Las Relaciones Públicas en el sector político. La campaña electoral.

Programa Práctico

PROGRAMA DE PRÁCTICAS

Las prácticas se irán desarrollando al mismo tiempo que el programa teórico.
Consisten en la asistencia de invitados al aula que nos cuenten su trabajo en el mercado laboral.
Realización de prácticas sobre campañas de Relaciones Públicas.
Exposiciones de clase sobre un tema del programa con atención especial a casos prácticos españoles.
Y un trabajo final sobre una campaña de Relaciones Públicas elegida por el alumno.

Los trabajos deben realizarse en grupo.

Evaluación

MÉTODO Y CRITERIO DE EVALUACIÓN.

La nota final de la asignatura será la suma ponderada del exámen final, las prácticas, la exposición en clase y el trabajo final.

Bibliografía

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

- ARCEO, J.L. (1982): *Cómo Ganar unas Elecciones. Tratamiento Teórico-Práctico de la Imagen de los Políticos*. Madrid: Fomento de Bibliotecas.
- ARCEO, J.L. (1986): *1976-1986: Diez Años de "Publicidad Política" en España*. Madrid: Ayuntamiento de Madrid.
- ARCEO, J.L. (1988): *Fundamentos para la Teoría y Técnica de las Relaciones Públicas*. Barcelona: Promociones y Publicaciones Universitarias.
- ARCEO, J.L. (1990): "Psicología, Elementos y Eficacia en las Campañas Electorales (Una Introducción)". *Revista Universitaria de Publicidad y Relaciones Públicas*, 1, pp. 91-110.
- ARCEO, J.L. (1991): "Campañas". *Diccionario de Ciencias y Técnicas de la Comunicación*. Madrid, Ediciones Paulinas.
- ARCEO, J.L. (1991-92): "El Método Científico y la Investigación en las Relaciones Públicas". *Revista Universitaria de Publicidad y Relaciones Públicas*, 2, pp. 33-52.
- ARCEO, J.L. (1994): "La eficacia de la Responsabilidad Social en las Relaciones Públicas de Vanguardia: Unas Revisión de los Planteamientos de Grunig". *Revista Universitaria de Publicidad y Relaciones Públicas*, 1 (2ª época), pp. 11-21.
- ARCEO, J.L. (1995): "Las Relaciones Públicas en la Comunicación Empresarial e Institucional. Una Introducción". *Cuestiones Publicitarias*, 4, pp. 27-38.
- ARCEO, J.L. (1999): *Tratado de Publicidad y Relaciones Públicas*. Madrid: Instituto de Comunicación Institucional y Empresarial de la UCM.
- ARCEO, J.L. (1999/2000): *Organización, Medios y Técnicas de Relaciones Públicas*. Madrid: Instituto de Comunicación Institucional y Empresarial de la UCM.
- BERNAYS, E.L.: *Los Últimos Años: Radiografía de las Relaciones Públicas, 1956-1986*. Barcelona: Promociones y Publicaciones Universitarias.
- BROOM, G.M. & DOZIER, D.M. (1990): *Using Research in Public Relations. Applications to Program Management*.

Englewood, NJ: Prentice- Hall.

- CENTER, A.H. & JACKSON, P. (1995): Public Relations Practices. Managerial Case Studies and Problems. Englewood Cliffs, NY: Prentice-Hall.
 - DENNIS L. WILCOX, PHILIPS H. AULT, WARREN K. AGEE, GLEN T. CAMERON (2003): Relaciones Públicas, Estrategias y Tácticas. 6ª Ed. Pearson Educación, S.A. Madrid.
 - GRUNIG, J.E. (Ed. 1992): Excellence in Public Relations and Communication Management: Contributions to Effective Organizations. Hillsdale, NJ. Lawrence Erlbaum Associates.
 - GRUNIG, J.E. & HUNT, T. (1984): Managing Public Relations. New York: Holt, Rinehart and Winston.
 - HUNT, T. & GRUNIG, J.E. (1994): Public Relations Techniques. Orlando: Harcourt Brace College Publishers.
 - International Association of Business Communicators (1991): Excellence in Public Relations and Communications Management, Data Report and Guide. San Francisco: IABC.
 - KENDALL, R. (1996): Public Relations Campaign Strategies, New York: Harper Collins.
 - KLAPPER, J.T. (1974): Efectos de las Comunicaciones de Masas. Madrid: Aguilar.
 - NEWSOM, DOUG, TURK, JUDY VANSLYKE, AND KRUCKEBERG, DEAN. : This Is PR: The Realities of Public Relations, 7 Ed. Belmont, CA: Wadsworth, 2000.
 - WILCOX, D.L., AULT, P.H. & AGEE, W. (1998): Public Relations: Strategies and Tactics. New York: Harper & Row.
-

Presentación

Grupos 1 y 2
Silvia Cuesta Reyna
scuesta@hmca.uva.es

Programa Básico

PARTE I

Planificación y gestión de las Relaciones Públicas: sus bases.

PARTE II

Planificación y gestión de las Relaciones Públicas: evolución de sus contenidos teórico-técnicos.

PARTE III

Modelo de Planificación Estratégica de Relaciones Públicas.

PARTE IV

Planificación y Gestión de las Relaciones Públicas: sectores de aplicación.

Objetivos

Se trata de que el alumno trabaje con una de las disciplinas del área de la comunicación, las relaciones públicas. Una disciplina que ha sido redefinida y replanteada en los últimos años. Para ello se le enseñará a desarrollar una buena planificación y gestión de las RRPP. para obtener los objetivos deseados.

Programa de Teoría

- 1.- Teoría de las relaciones públicas: Definición, qué son y qué no son las relaciones públicas, diferencias entre publicidad y relaciones públicas.
- 2.- El objetivo y los distintos públicos de las relaciones públicas
- 3.- Las empresas de relaciones públicas. ADECEC. ¿Cómo elegir una empresa de relaciones públicas?
- 4.- El rumor. La situación de crisis
- 5.- Modelos de relaciones públicas: La comunicación bidireccional
- 6.- Planificación estratégica de las relaciones públicas I: El método RACE
- 7.- Planificación estratégica de las relaciones públicas II: Investigación
- 8.- Planificación estratégica de las relaciones públicas III: Acción
- 9.- Planificación estratégica de las relaciones públicas IV: Comunicación
- 10.- Planificación estratégica de las relaciones públicas V: Evaluación

Programa Práctico

Evaluación

30% prácticas, 70% examen. Para poder hacer la suma ponderada de las calificaciones anteriores es necesario obtener más de cinco en el examen final. El alumno con nota inferior se considera suspenso.

Bibliografía