

Plan 253 Dip. en Turismo

Asignatura 30709 RELACIONES PUBLICAS

Grupo 1

Presentación

RELACIONES PÚBLICAS. DIPLOMATURA DE TURISMO

Objetivos: Conocer y analizar el concepto de Relaciones Públicas desde el ámbito de la Comunicación Empresarial. Ser capaces de comprender y llevar a cabo las funciones de Relaciones Públicas en el ámbito de la empresa turística. Estudiar y comprender el funcionamiento y la utilidad que las distintas técnicas e instrumentos de las relaciones públicas pueden tener para las organizaciones turísticas.

Programa de Teoría:

Tema 1. Las Relaciones Públicas como instrumento de Comunicación.

Tema 2. Tipología y planificación de las Relaciones Públicas.

Tema 3. Los instrumentos de las Relaciones públicas.

Tema 4. La práctica de las relaciones públicas: organización y planificación.

Tema 5. Las Ferias como instrumento de relaciones públicas y comunicación integral.

Tema 6. El Patrocinio y Mecenazgo.

Tema 7. La Imagen Corporativa de la empresa: La Identidad Visual.

Programa Básico

RELACIONES PÚBLICAS DIPLOMATURA DE TURISMO

Objetivos: Conocer y analizar el concepto de Relaciones Públicas desde el ámbito de la Comunicación Empresarial. Ser capaces de comprender y llevar a cabo las funciones de Relaciones Públicas en el ámbito de la empresa turística. Estudiar y comprender el funcionamiento y la utilidad que las distintas técnicas e instrumentos de las relaciones públicas pueden tener para las organizaciones turísticas.

Programa de Teoría:

Tema 1. Introducción a las Relaciones Públicas.

Tema 2. Tipología y proceso de las Relaciones Públicas.

Tema 3. Los instrumentos de las RELaciones públicas.

Tema 4. La práctica de las relaciones públicas: organización y planificación.

Tema 5. Las Ferias como instrumento de relaciones públicas y comunicación integral.

Tema 6. Patrocinio y Mecenazgo.

Tema 7. La Imagen Corporativa de la empresa: Identidad Visual.

Bibliografía:

Canilli, Claudia. "Curso de Relaciones Públicas". Ed. De Vecchi. Barcelona. 1993.

Arceo vacas, J.L. "Fundamentos para la teoría y Técnica de las Relaciones Públicas". Barcelona. 1988.

González Martín, J A. "Teoría General de la Publicidad". Ed. Fondo Cultural Económico. Madrid. 1996.

Fernández y Barquero: El libro azul del protocolo y las relaciones públicas. McGraw Hill. Madrid. 2004.

Bibliografía Complementaria:

Barquero Cabrero, J: El libro de oro de las relaciones públicas. Gestión 2000.

Antona Illanes, A. (1991): Las Relaciones públicas, técnica de comunicación. Ediciones Alfar, Sevilla.

Black, S. (1993): ABC de las Relaciones públicas. Ediciones Gestión 2000. Barcelona.

Black, S. (1994): Las Relaciones públicas: un factor clave de gestión. Colección ESADE. Barcelona.

Objetivos

Conocer y analizar el concepto de Relaciones Públicas desde el ámbito de la Comunicación Empresarial.

Ser capaces de comprender y llevar a cabo las funciones de Relaciones Públicas en el ámbito de la empresa turística.

Estudiar y comprender el funcionamiento y la utilidad que las distintas técnicas e instrumentos de las relaciones

públicas pueden tener para las organizaciones turísticas.

Programa de Teoría

Tema 1. Introducción a las Relaciones Públicas.

Tema 2. Tipología y proceso de las Relaciones Públicas.

Tema 3. Los instrumentos de las Relaciones públicas.

Tema 4. La práctica de las relaciones públicas: organización y planificación.

Tema 5. Las Ferias como instrumento de relaciones públicas y comunicación integral.

Tema 6. Patrocinio y Mecenazgo.

Tema 7. La Imagen Corporativa de la empresa: Identidad Visual.

Programa Práctico

A lo largo del cuatrimestre, se analizarán y debatirán casos de empresas que reflejen la práctica actual de las relaciones públicas en las empresas, especialmente las pertenecientes al sector turístico.

Evaluación

La evaluación constará de una parte teórica, referida a la materia concerniente a los temas explicados en clase, que supondrá el 80% de la nota final, acompañada de una parte práctica, en la que el alumno debe realizar un plan de comunicación de empresa desde el marco de las relaciones públicas. Dicha labor supondrá el 20% de la nota final.

Bibliografía

- * Canilli, Claudia. "Curso de Relaciones Públicas". Ed. De Vecchi. Barcelona. 1993.
 - * Arceo vacas, J.L. "Fundamentos para la teoría y Técnica de las Relaciones Públicas". Barcelona. 1988.
 - * González Martín, J A. "Teoría General de la Publicidad". Ed. Fondo Cultural Económico. Madrid. 1996.
-