

## CURSO ACADÉMICO: 2002-2003

LICENCIATURA DE PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

CURSO: 3º

<b>Código:</b>	<b>20671</b>
<b>Asignatura:</b>	<b>Programación y Técnicas de Relaciones Públicas.</b>
<b>Tipo de asignatura:</b>	<b>Tr.</b>
<b>Nº Créditos:</b>	<b>5</b>
<b>Profesorado:</b>	<b>Antoni Noguero (Gr 54)</b>
<b>Cuatrimestre:</b>	<b>2º</b>

### OBJETIVOS DE LA ASIGNATURA:

Conocimiento de las técnicas específicas de las Relaciones Públicas, así como de los instrumentos metodológicos para la programación racional de la actividad profesional.

### TEMARIO:

**Tema 1. GESTIÓN DEPARTAMENTAL.** El Departamento de RR.PP.: sus clases, estructura y funcionalidad. Estudio de sus necesidades y competencias. Su situación e interrelación con el organigrama de la organización.

**Tema 2. EL PROCESO DE LAS RELACIONES PÚBLICAS.** Naturaleza y características de acuerdo con el proceso de las cuatro etapas de Cutlip y Center. Objetivo y definición aplicativa de las Relaciones Públicas: métodos de exploración e investigación. La planificación y programación: proyecto y verificación, presupuesto y tiempo de realización. Información y comunicación: proceso de difusión. Evaluación del programa: interpretación y utilización de los resultados..

**Tema 3. INTERRELACIONES CON LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL.** Naturaleza y características de la interrelación profesional. De la fuente de información al portavoz autorizado. Conferencia o rueda de prensa. La conferencia de prensa como un modelo de análisis. Modelo dinámico elemental que se observa en toda conferencia de prensa. Motivos, características y objetivos propios de la conferencia de prensa. Sus cuatro requisitos técnicos fundamentales. Dinámica de l'*Agenda-Setting* y el *News Making*.

**Tema 4. REUNIONES GRUPALES O COLECTIVAS DE PÚBLICOS SELECCIONADOS.** Análisis de la organización de actos grupales como un medio de comunicación controlado, dinamizador y participativo de les RR.PP.: aniversario, asamblea, conferencia, congreso, conmemoración, efemérides, convención, exposición,

feria de muestras, salón monográfico, jornada, mesa redonda, panel, seminario, viaje cultural, de incentivo, y premial.

**Tema 5. ORGANIZACIÓN DE EXPOSICIONES Y CONGRESOS.** Significado, objeto y finalidad: sus clases. Sujetos promotores y sujetos organizadores. la planificación organigrama departamental. Organización y actividad de las comisiones técnicas y ejecutivas. Aspectos complementarios.

**Tema 6. DEL COMPORTAMIENTO SOCIAL AL PROTOCOL OFICIAL.** Introducción al protocolo oficial y ceremonial: consideraciones técnico-jurídicas. Del derecho premial. El respeto sociológico de usos y costumbres, tradiciones locales, nacionales e internacionales. Organización del Departamento de Protocolo y Ceremonial. Legislación y ordenanzas. Aspectos técnico-prácticos para la organización de actos oficiales y el denominado "protocolo empresarial".

**Tema 7. LA ANIMACIÓN SOCIOCULTURAL.** Teoría e historia de la animación cultural. Objetivos y modalidades de la animación cultural: sus clases. Criterios diferenciativos entre animación-socio-cultural y animación socio-política. El Consejo de Europa y la animación cultural. La política oficial (Ministerio de Cultura) y las actividades profesionales: *Associació de Tècnics en Animació Cultural (ATAC)*.

**Tema 8. DEL BALANCE SOCIAL A LA IMAGEN CORPORATIVA.** Historia, aplicación y desarrollo del balance social. El *social audit* norteamericano. De la imagen de la organización a la identidad corporativa o empresarial. De la información/comunicación de interés público a la cultura empresarial. La auditoria de Relaciones Públicas (*Public Relations Audit*).

**Tema 9. EL MECENAZGO Y EL PATROCINIO** Cultura y Estado. Empresa y cultura. El mecenazgo concepto y características. Historia y acepciones. Aspectos diferenciadores entre el mecenazgo y el patrocinio. Concepto de patrocinio y características principales. De la colaboración al patrocinio. El patrocinio y la publicidad. El patrocinio como alternativa al control jurídico de la publicidad. El patrocinio y los medios de comunicación social. La gestión profesional del patrocinio. La Administración pública como actor patrocinio.

**Tema 10. EL INTERÉS PÚBLICO Y LAS SITUACIONES DE CRISIS DE LA DIRECCIÓN.** La administración de la gestión de la comunicación en situaciones de crisis por parte de las organizaciones (*crisis management, crisis communications*). Naturaleza y clases. Organización y estructura funcional. Actividades prioritarias y plan de actuación. Análisis de la política de previsiones.

**Tema 11. INSTITUCIONES NO LUCRATIVAS.** Los movimientos y organizaciones no lucrativas en el contexto internacional. Análisis y desarrollo de las *non profit organizations*. Las Fundaciones como entes jurídicos que inciden en la política de RR.PP.: su historia, organización, clases y actividades.

**Tema 12. LA PROGRAMACIÓN Y LOS SISTEMAS DE EVALUACIÓN EN LAS RELACIONES PÚBLICAS.** Los sistemas de programación cuantitativos y conceptuales. El Diagrama de Gantt o de Barras. La Teoría de los grafos. Los grafos: PERT, GERT y CPM. La Dirección por Objetivos (PR-MBO). El Plan General de Operaciones (PGO). Los programas informáticos de programación y sus aplicaciones.

**BIBLIOGRAFÍA:**  
**BÁSICA**

Belcher, M. (1994): *Organización y diseño de exposiciones. Su relación con el museo.* Trea, Gijón.

López-Nieto y Mallo, F. (1995): *Manual de protocolo.* Ariel, Barcelona.

Noguero, A. (1988): *Programación y técnicas de relaciones públicas.* PPU, Barcelona.

Noguero, A.; y Xifra, J. (1990): *Los premios Yunque de Plata.* PPU, Barcelona.

**COMPLEMENTARIA:**

Benito, Pilar (1998): *Manual de protocolo, ceremonial y actos públicos.* Film Ideal 2000, Barcelona.

Burstein, David; y Stasiowski (1997): *Project Manager. Manual de gestión de proyectos para arquitectos, ingenieros e interioristas.* Gustavo Gili, Barcelona.

Dalla Villa, M.C. (1994): *Il congresso. Della progettazione all'organizzazione.* ETASLIBRI, Milán.

Fearn-Banks, Kathleen (1996): *Crisis Communications: A Case Book Approach.* LEA, Mahwah, N.J.

López-Nieto y Mallo F.: *Honores y protocolo.* (2000) El Consultor de los Ayuntamientos y de los Jugados, Madrid. 2ª ed., 2 vol. 1ª ed. 1982.

Moragas, M. (1992): *Los juegos de la comunicación. Las múltiples dimensiones comunicativas de los Juegos Olímpicos.* Fundesco, Madrid.

Olins, Wally (1995): *Imagen corporativa internacional.* Gustavo Gili, Barcelona. Título original: *International Corporate Identity.*

Parra Luna, F. (1980): *Balance social y proceso empresarial.* Cirde, Madrid.

Sanchís, I. (2001): *Biografía d'una estrella.* Ed. 62, Barcelona.

Tuchman, G. (1983): *La producción de la noticia*. Gustavo Gili, Barcelona.

Vilarrubias, F.A. (1994): Tratado de protocolo del Estado e internacional. Nobel, Oviedo.

VV.AA. (1999): Manual del Estado Español Lama, Madrid.

### **METODOLOGÍA DOCENTE:**

#### **TEORÍA:**

El desarrollo del temario se complementara con algunos casos prácticos para determinar como se configura la estrategia de las Relaciones Públicas con la selección de métodos y técnicas. Así mismo, se explicará en que manera la programación ejerce un papel axial en la gestión de la Dirección de las organizaciones.

#### **PRÁCTICAS:**

Diseño, preparación y presentación de una conferencia de prensa aplicando la metodología del *role playing*.

#### **SISTEMA DE EVALUACIÓN:**

Se podrá efectuar una evaluación al finalizar el cuatrimestre o también un trabajo de investigación individual que previamente sea acordado con el profesor de la asignatura y aceptado durante el primer mes de iniciado el cuatrimestre.

#### **OTRAS CUESTIONES :**