

CURSO ACADÉMICO: 2005-2006

LICENCIATURA DE PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

CURSO: 4º

Código:	20674
Asignatura:	Estructura de la actividad de las RR. PP., en España y Cataluña.
Tipo de asignatura:	Ob.
Nº Créditos:	5
Profesorado:	Antoni Noguero (Gr 54)
Cuatrimestre:	1º

OBJETIVOS DE LA ASIGNATURA:

Conocimiento desde una perspectiva profesional, jurídico-social y económica de la actividad profesional de las Relaciones Públicas en España y Catalunya. Así como de algunos aspectos que afectan a la globalización de la actividad.

TEMARIO:

Tema 1. Las relaciones públicas como estrategia de gestión: su naturaleza e idiosincrasia. Orígenes y desarrollo. Antecedentes culturales en los EE.UU. y su implantación en Europa. Evolución histórica e implicaciones de la actividad profesional en el ámbito europeo.

Tema 2. Los sujetos de las relaciones públicas: promotores, ejecutores y receptores. Análisis de la estructura contemporánea de las relaciones públicas. Análisis de alguno de los modelos de RR. PP.: Lesly, Marston, Cutlip, Center, Grunig y Hunt.

Tema 3. Los sujetos promotores: características y formas de actuación. Identificación de los sujetos promotores y sus públicos. Los diferentes sistemas de "management": su concepto y organización. Las relaciones públicas y su perspectiva con referencia a la comunicación organizacional.

Tema 4. La estructura departamental y sus implicaciones en el organigrama de las organizaciones públicas y privadas. Clases y especificaciones de los departamentos de relaciones públicas. Formación del personal operativo y los requisitos técnicos requeridos.

Tema 5. Los sujetos ejecutores su tipificación y características. Su nominalización específica ante las necesidades de la Dirección. La estructura de las agencias de relaciones públicas en España y Cataluña.

Tema 6. Los sujetos receptores en el contexto de las relaciones públicas. La identificación de los públicos: sus cuatro tipos de vinculación. Características y posibilidades de la teoría situacional en la identificación de públicos.

Tema 7. Los aspectos normativos de la organización de la actividad de las relaciones públicas en España. El Registro Oficial de Técnicos en Relaciones Públicas del Ministerio de Información y Turismo creado por el Decreto 24/IV/ 75.

Tema 8. Los aspectos normativos de la actividad de las relaciones públicas en Catalunya. Análisis del *Decret 146/1991*, del 22 de abril, por el que se crea el *Registre del cens de professionals de relacions públiques*; y el *Ordre* del 27 de junio de 1991, por la que se establecen las normas de funcionamiento del *Registre* del censo de profesionales de relaciones públicas. *Llei 12/1998* de creación del *Col.legi de Publicitaries, i Publicitaris i Relacions Públiques de Catalunya*. *Decret 183/1999*, por el que se derogan las disposiciones sobre los Registros de Empresas y Actividades Publicitarias y de Profesionales de las Relaciones Públicas. Aprobación de los Estatutos del *Col.legi de Publicitaries i Publicitaris i Relacions Públiques de Catalunya* (Asamblea Constituyente del 10/11/1999).

Tema 9. Análisis comparado de los distintos tipos de contratos usados con más frecuencia en la actividad profesional de las relaciones públicas. Objeto del contrato. Duración. Definición de las actividades a realizar. Derechos y obligaciones de la agencia/asesor. Derechos y obligaciones de la organización/cliente. Litigios.

Tema 10. Deontología y ética en la actividad de relaciones públicas. El Código de Atenas. El Código de Lisboa (Adoptado oficialmente por la Confederación Europea de Relaciones Públicas.- CERP). Aspectos comparativos con los códigos y normas profesionales de la *Public Relations Society of America (PRSA)*, y la *International Society of America (IPRA)*.

Tema 11. Modelos, características y posibilidades de la investigación de la estructura de las relaciones públicas y sus diferentes implicaciones políticas, económicas y sociales. Fuentes documentales y bibliográficas.

Tema 12. Las relaciones públicas y los profesionales en Europa. Análisis comparativo de las asociaciones profesionales de relaciones públicas de Europa. Número de agencias e inversiones del sector de las relaciones públicas. Actividades que realizan y tendencias que se observan en la actividad profesional. Del fenómeno del comunicacionismo a los Dircoms franceses y españoles.

BIBLIOGRAFÍA: **BÁSICA**

McManus, T. (1995): "Desarrollo en la investigación de las relaciones públicas europeas y su valor para los profesionales en ejercicio", en *Revista Universitaria de Publicidad y Relaciones Públicas*, Universidad Complutense de Madrid, Madrid, n. 2, 2^a época.

Noguero, A. (1995): *La función social de las relaciones públicas: Historia, ética y marco legal*. ESRP-EUB, Barcelona.

.....(1999): "Características principales de la actividad tipificada como industria de las relaciones públicas en España: Sujetos promotores y ejecutores", en *Tratado de publicidad y relaciones públicas*. Arceo, José Luis (Dir.). Instituto de la Comunicación Institucional y Empresarial de la Universidad Complutense de Madrid, Madrid. Pp. 466-508.

.....(2000): "Relaciones Públicas: Evaluación de la calidad del servicio (Normas ISO 9000) y grado de satisfacción del cliente", en *Revista Universitaria de Publicidad y Relaciones Públicas*, de la Universidad Complutense de Madrid. ICIE-Universidad Complutense, Madrid, vol. 7, pp. 55-92.

.....(2004): "Orígen y evolución de los servicios de RR. PP., en España", en *Las relaciones públicas en España*. J. L. Arceo (Ed.). McGraw-Hill, Madrid.

Wilcox, Dennis L.; Autt, Philips H.; Agee, Warren K.; y Cameron Glen T. (2001): *Relaciones Públicas: Estrategias y tácticas*. Pearson Educación, Madrid. 6^a, ed.

COMPLEMENTARIA:

European Public Relations Survey (1992): Editado por la Confederación Europea de Relaciones Públicas (CERP). n.º 7 October 1994.

Grunig, J. E.; y Hunt, T. (1984): *Managing Public Relations*. Holt, Rinehart y Winston , Nueva York. Existe versión castellana (2000): *Dirección de relaciones públicas*. Gestión 2000, Barcelona.

Hollis Europe: *The Directory of European Public Relations & PR. Networks (2000-2001)*.

Morgan, G. (1990): *Imágenes de la organización*. Ra-ma, Madrid.

Nager, N.R.; y Harrell, T. (1984): *Public Relations. Management by Objectives*. Longman, White Plans, N.Y.

Noguero, A. 1990): *Relaciones públicas e industria de la persuasión*. ESRP-PPU, Barcelona.

.....(1994): "La historia de las relaciones públicas en España:1954-1990", en *Revista Universitaria de Publicidad y Relaciones Públicas*. Universidad Complutense de Madrid, Madrid, n.º1, 2ª época.

Willems, J. (ed.). (1993): *Public Relations Education in Europe*. CERP Education.

METODOLOGÍA DOCENTE:
TEORÍA:

Se fundamenta en la clásica dinámica de clase participativa y se pretende incidir en el conocimiento de la actividad profesional de las Relaciones Públicas en la actualidad, y su oportuno deslinde conceptual de la "comunicación comercial". Todo ello en aras de estructurar el ámbito que le es propio y las vinculaciones proactivas entre la Dirección de las organizaciones y los especialistas de Relaciones Públicas.

PRÁCTICAS:

Análisis económico de la actividad profesional de las relaciones públicas: honorarios y presupuestos. El *state of the art* de la publicidad y las relaciones públicas.

SISTEMA DE EVALUACIÓN:

Se efectuará una evaluación al finalizar el cuatrimestre y un trabajo de investigación que previamente se acordará con el profesor de la asignatura. Su proyecto, por escrito, se aceptará durante el primer mes de inicio del curso, y ha de especificarse: a) el objetivo; b) las fuentes; y c) el método.

OTRAS CUESTIONES :