

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACION. UAB.

Curso Académico: 1983-1984.

Asignatura: Teoría y Técnica de las Relaciones Públicas

Departamento: Teoría de la Publicidad.

Curso: 5º

Profesor: Antoni Noguero

## A) TEMARIO

### 1ª PARTE: TEORÍA DE LAS RELACIONES PÚBLICAS

#### I: LAS RELACIONES PÚBLICAS

1.- Su planteamiento filosófico, concepto y definición. 2.- La información y la comunicación en el contexto social. 3.- El hombre socializado. 4.- Relación y sociedad. 5.- Análisis crítico de las estructuras.

#### II: LA INDUSTRIA DE LA PERSUASIÓN

1.- Los medios de comunicación social. 2.- RR.PP. y publicidad. 3.- RR.PP. y propaganda política. 4.- Aspectos coincidentes y divergentes.

#### III: HISTORIA DE LAS RELACIONES PÚBLICAS (I): ETAPA CULTURAL

1.- Sus orígenes y características diferenciativas. 2.- Fases históricas y fuentes culturales. 3.- Las ciencias sociales y las RR.PP.

#### IV: HISTORIA DE LAS RELACIONES PÚBLICAS (II): ETAPA EMPÍRICA

1.- El desarrollo de las RR.PP. en los EE.UU. 2.- Sus primeros teóricos y profesionales: Andrew Carnegie, Walter Lippmann, Edward Bernays, Ivy Ledbetter Lee, Pendleton Dudley, James Ellsworth y Carl Byoir.

#### V: LA COMUNICACIÓN SOCIAL DESDE LA ÓPTICA DE LAS RR.PP.

1.- Lenguaje, habla y acto de comunicación. 2.- Diferencias y características entre comunicación e información. 3.- Necesidad de la comunicación e información como factor de cambio social. 4.- Gatekeepers, muckrakers y RR.PP.

#### VI: SUJETOS PROMOTORES (I): EL HOMBRE SOCIALIZADO

1.- El sujeto y su ámbito de relación. 2.- Antropología de las RR.PP. 3.- Grupos, sociedades y masas. 4.- El grupo y la corporación. 5.- Los grupos de presión y las técnicas del "lobbying". 6.- Grupos funcionales y disfuncionales.

#### VII: SUJETOS PROMOTORES (II): EL ESTADO Y LA SOCIEDAD POLÍTICA

1.- El Estado y su organización con referencia a las RR.PP. 2.- La Administración pública y las RR.PP. 3.- La política informativa oficial: el presupuesto general, el sistema impositivo, etc. 4.- El parlamentarismo, los partidos políticos y las RR.PP. 5.- El ombudsman. 6.- Los organismos autónomos del Estado y su política de RR.PP.

#### VIII: SUJETOS PROMOTORES (III): LAS ORGANIZACIONES SUPRANACIONALES

1.- El internacionalismo como elemento de comprensión social y factor de convivencia humana. 2.- Las RR.PP. en todo tipo de entidades y asociaciones de carácter supranacional. 3.- Campañas internacionales y políticas conjuntas de RR.PP. 4.- Casos prácticos.

#### IX: SUJETOS PROMOTORES (IV): LA EMPRESA PRIVADA

1.- Necesidad de las RR.PP. en la empresa. 2.- Historia de la aplicación de las

RR.PP. en la empresa. 3.- El "management" y las RR.PP. 4.- Estudio comparativo de la política de RR.PP. en las corporaciones y empresas multinacionales. 5.- Imagen y cambio de imagen en la Empresa. 6.- Los profesionales de RR.PP. en la empresa. 7.- Departamentalización multidisciplinaria en la gestión empresarial.

X: SUJETOS PROMOTORES (V): LA EMPRESA PÚBLICA

1.- Principios y peculiaridades: sus responsabilidades públicas. 2.- Relaciones con los diferentes sectores económicos y objetivos específicos de la empresa pública. 3.- El factor humano y el Balance Social.

XI: SUJETOS RECEPTORES (I): LA OPINIÓN PÚBLICA

1.- Opinión pública y opinión privada: concepto y proceso. 2.- Formación y deformación de la opinión pública. 3.- Teoría de las comunicaciones de doble flujo (two step flow). 4.- Los mitos, estereotipos y motivaciones. 5.- Dinámica de la opinión pública y su utilización por las RR.PP.

XII: SUJETOS RECEPTORES (II): LOS PÚBLICOS

1.- La clientela como público histórico. 2.- Tipología diferenciativa entre súbdito y ciudadano. 3.- Estudio comparativo de los públicos y sus clases. 4.- Públicos internos y públicos externos. 5.- Teoría sociológica del consumidor: sus derechos y obligaciones.

XIII: SUJETOS RECEPTORES (III): PÚBLICOS ESPECIALES

1.- Las RR.PP. y los sectores y subsectores especializados: políticos, jurídicos, económicos, religiosos, ecológicos, etc. 2.- La imagen de RR.PP. personal e institucional: su creación, utilización y proyección. 3.- Cuadro metodológico de selección de técnicas, actividades y aplicaciones de RR.PP.

2ª PARTE: LAS CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN DESDE LA PERSPECTIVA DE LAS TÉCNICAS DE RR.PP.

XIV: COMUNICACIÓN ORAL (I)

1.- Su tipología y características. 2.- La conversación. 3.- El coloquio. 4.- La charla. 5.- La conferencia. 6.- El discurso: estructura y clases. 7.- Tribuna de oradores y otras variantes utilizadas en las RR.PP.

XV: COMUNICACIÓN ORAL (II)

1.- Sistemas de telecomunicación: el teléfono. 2.- La radiodifusión como canal de transmisión oral y medio de comunicación de masas. 3.- Tratamiento informativo concomitante en las noticias e informaciones radiadas.

XVI: COMUNICACIÓN ESCRITA (I)

1.- Las comunicaciones individuales: carta personal. 2.- Nota personal. 3.- El "saluda". 4.- La instancia. 5.- El informe. 6.- El documento. 7.- Comunicaciones específicas: carta "individualizada", carta circular, etc. 8.- Comunicaciones colectivas directas y comunicaciones colectivas indirectas.

XVII: COMUNICACIÓN ESCRITA (II)

1.- El periodismo como medio de comunicación escrito: artes gráficas, diagramación, confección y proceso. 2.- Desde el periodismo alternativo al "huose organ". 3.- Las telecomunicaciones al servicio del periodismo escrito: telégrafo, telefacsímil y transmisión de datos. 4.- Situación actual de la tecnología de la información escrita y su utilización por las RR.PP.

### XVIII: COMUNICACIÓN VISUAL (I)

1.- La teoría de la imagen. 2.- El "homo pictor" y la murografía. 3.- El material gráfico. 4.- La fotografía y su valoración. 5.- La función del cartel como soporte y medio de comunicación: sus clases y aplicaciones en RR.PP.

### XIX: COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL (II)

1.- El teatro como técnica, medio y arte de comunicación: incidencia y problemática. 2.- El arte cinematográfico y su utilización periodística: noticieros y documentales cinematográficos. 3.- La televisión y sus aspectos teóricos y prácticos en el contexto de la comunicación de las RR.PP. 4.- El circuito cerrado de televisión. 5.- video-tape y el video-cassette.

### 3ª PARTE: TÉCNICAS ESPECÍFICAS DE RR.PP.

#### XX: TÉCNICAS DE RR.PP. (I): PROGRAMACION Y OBJETIVOS

1.- El programa de RR.PP. 2.- Concepto de etapa y fase. 3.- Nomenclatura de mediciones de tiempos en las acciones de RR.PP. 4.- El "briefing". 5.- La "check-list". 6.- El "timing". 7.- Control de gestión y presupuestos.

#### XXI: TÉCNICAS DE RR.PP. (II): EL PROCESO DE RR.PP. (Cutlip/Center)

1.- Investigación. 2.- Planificación. 3.- Comunicación. 4.- Evaluación. 5.- Elaboración diagramada o listada de las operaciones de RR.PP. 6.- Plan General de Operaciones (P.G.O.): objeto, concepto, responsabilidad y fecha final. 7.- Plan Parcial de Operaciones (P.P.O.): concepto, realizador, responsable y fecha de entrega.

#### XXII: TÉCNICAS DE RR.PP. (III): INSTITUCIONES NO LUCRATIVAS

1.- Las Fundaciones como entes jurídicos que inciden en la política de RR.PP.: su historia, organización, clases, actividades.

#### XXIII: TÉCNICAS DE RR.PP. (IV): LA ANIMACIÓN SOCIO-CULTURAL

1.- Teoría e historia de la animación cultural. 2.- Objetivos y modalidades de la animación cultural: sus clases. 3.- Criterios diferenciativos entre animación socio-cultural y animación sociopolítica. 4.- El Consejo de Europa y la animación cultural. 5.- La política oficial (Ministerio de Cultura) y las actividades profesionales (Asociación de Técnicos en Animación Cultural).

#### XXIV: TÉCNICAS DE RR.PP. (V): ORGANIZACIÓN DE CONGRESOS

1.- Significado, objeto y finalidad: clases de Congresos. 2.- Sujetos promotores organizadores. 3.- Comisiones científicas. 4.- Secretaría del Congreso: actuación y funciones. 5.- Financiación y presupuestos. 6.- Otros aspectos complementarios.

#### XXV: TÉCNICAS DE RR.PP. (VI): OTROS TIPOS DE REUNIONES GRUPALES

1.- Diferentes tipos de reuniones grupales o sesiones de trabajo: mesas redondas, seminarios, simposios, paneles, jornadas, asambleas, etc.  
2.- Soportes u medios técnicos utilizables en cada caso.

#### XXVI: TÉCNICAS DE RR.PP. (VII): COMPORTAMIENTO SOCIAL

1.- Introducción al protocolo y ceremonial. 2.- El respeto de los usos y costumbres, tradiciones locales, nacionales e internacionales. 3.- Organización del Departamento de Protocolo y Ceremonial. 4.- Legislación y ordenanzas. 5.- Clasificación de los actos públicos. 6.- Aspectos técnico-prácticos para la organización de actos oficiales.

4ª PARTE: LA PROFESION Y LOS PROFESIONALES DE LAS RR.PP.: SU POLITICA DE GESTION.

XXVII: LA PROFESION DE LAS RR.PP.(I): GESTION DEPARTAMENTAL.

1.- El Departamento de RR.PP.: sus clases, estructura y funcionalidad. 2.- Estudio de sus necesidades y competencias. 3.- Situación en el organigrama de la empresa o institución. 4.- Consejeros o asesores, integrados o externos, al Departamento de RR.PP.

XXVIII: LA PROFESION DE LAS RR.PP. (II): EL CONSEJERO Y EL TECNICO DE RR.PP.

1.- Preparación y actividades profesionales. 2.- Derechos y obligaciones profesionales. 3.- El secreto profesional. 4.- La cláusula de conciencia. 5.- Disposiciones legales españolas que hacen referencia a la profesión de las RR.PP. 6.- El registro Oficial de Técnicos en RR.PP. y su clasificación. 7.- El Consejero de RR.PP. sus funciones y actividades principales. 8.- Presentación de proyectos y estudio de los diferentes baremos de honorarios profesionales. 9.- Estudio comparativo de contratos profesionales.

XXIX: LA PROFESION DE LAS RR.PP. (III): ASOCIACIONES PROFESIONALES Y DECLARACIONES DE PRINCIPIOS.

1.- Asociaciones profesionales españolas de RR.PP.: su creación, intereses y funciones. 2.- Agrupación Española de RR.PP. (A.E.R.P.). 3.- Centro Español de RR.PP. (C.E.N.E.R.P.). 4.- La imagen institucional de los profesionales de la comunicación. 5.- Análisis de los Congresos y Asambleas profesionales de RR.PP. desde la década de los sesenta en España. 6.- Los comités paritarios. 7.- El futuro de los Colegios Oficiales de Técnicos en RR.PP.

XXX: LA PROFESION DE LAS RR.PP. (IV): ASOCIACIONES PROFESIONALES INTERNACIONALES.

1.- Las Asociaciones profesionales de RR.PP. en el ámbito internacional: sus orígenes y clases. 2.- Asociaciones y Federaciones: y sus ámbitos de competencia geográfica. 3.- Inter-American Federation of Public Relations Association (I.F.P.R.A.). 4.- Centre Européen des Relations Publiques (C.E.R.P.). 5.- Pan Pacific Public Relations Association. 6.- Otros organismos y asociaciones vinculados a la profesión y a la enseñanza de las RR.PP.

5ª PARTE: ANEXO DE PRACTICAS A REALIZAR DURANTE EL CURSO.

SEMINARIO DE PRACTICAS: METODOLOGIA OPERATIVA.

1.- Creación de campañas concretas. 2.- Investigación y análisis de campañas que se detecten en 1984. 3.- Visitas y contactos con profesionales de las RR.PP. 4.- Asistencia a diversas actividades profesionales que se organicen. 5.- Análisis práctico del vocabulario terminológico internacional de las RR.PP.

B) BIBLIOGRAFIA BASICA

1.- BIBLIOGRAFIA BASICA TRADUCIDA:

SCOTT M. CUTLIP y ALLEN H. CENTER: Relaciones Públicas. Madrid; Rialp, 1964.

EDWARD L. BERNAYS: Relaciones públicas. Buenos Aires, Troquel; 1969.

PHILIP LESLY ET ALTER: Manual de relaciones públicas. Barcelona; Martinez Roca, 2 vol., 1969.

RAYMOND SIMON: Perspectiva de las relaciones públicas. México; Diana, 1970.

- ... relaciones públicas. Bilbao: Deusto, 1970.
- C. LOUGOVOY y M. LINON: Relaciones públicas. Barcelona: Hispano Europea, 1972.
- WILLIAM UGEUX: Las relaciones públicas. Barcelona: Seix Barral, 1976. Edición no venal.
- JOHN E. MARSTON: Relaciones públicas modernas. México: McGraw-Hill, 1981.
- J. FRAZIER MOORE y BERTRAND R. CANFIELD: Relaciones públicas: Principios, casos y problemas. México: CECSA, 1980.
- 2.- BIBLIOGRAFIA BASICA NO TRADUCIDA:
- HOWARD STEPHENSON ET ALER: Handbook of Public Relations. New York: McGraw-Hill, 2nd., ed., 1960.
- JOHN E. MARSTON: The Nature of Public Relations. New York: McGraw-Hill, 2nd., ed., 1960.
- AUBREY O. COOKMAN: Public Relations Handbook. Chicago: Dartnell Press, 1967.
- JOYCE M. CUTLIP and ALLEN H. CENTER: Effective Public Relations. Englewood Cliffe, N. J.: Prentice-Hall, 4th ed., 1971.
- RANK JEFKINS: Public Relations. Plymouth: Macdonald & Evans, 1980.
- 3.- BIBLIOGRAFIA ESPAÑOLA DE RELACIONES PUBLICAS:
- JORGE XIFRA ET ALER: Sociología de las relaciones públicas. Barcelona: Instituto de Ciencias Sociales, 1968.
- EDERICO REVILLA: Hacerlo bien y hacerlo saber. Vilasar de Mar: Oikos-Tau, 1970.
- JAIME DE URZAIZ: Teoría y técnica de las relaciones públicas. Madrid: San Martín, 1971.
- Ordenación de las relaciones públicas. Madrid: Instituto Nacional de Publicidad, 1977.
- ANTONIO NOGUERO: Teoría y práctica de las relaciones públicas. En Anuario Empresarial Master 7: Barcelona, Club Master, 7, 1976.
- Relaciones públicas e industria de la persuasión. Barcelona: EUNIBAR, 1982.
- JULIAN CARRASCO BELINCHON: Manual de organización y métodos: IV. Relaciones públicas. Madrid: Instituto de Estudios de Administración Local, 1977.
- 4.- LECTURAS INTRODUCTORIAS RECOMENDADAS:
- GRAEME C. MOODIE y GERALD STUDDERT-KENNEDY: Opiniones, públicos y grupos de presión. México: Fondo de Cultura Económica, 1975.
- RAUL RIVADENEIRA PRADA: La opinión pública. México: Trillas, 1976.
- PHILIP F. SECORD y CARL W. BACKMAN: Psicología Social. México: McGraw-Hill, 1976.
- NICOLAS MAQUIAVELO: El príncipe. Madrid, Espasa-Calpe, 15ª ed. 1976.
- ALAIN CHEVALIER: El balance social de la empresa. Madrid: Fundación Universidad-Empresa, 1978.
- ROBERTO MUCCHIELLI: Psicología de la publicidad y de la propaganda. Bilbao: Mensajero, 1977.
- DAVID IEL BELL: Las contradicciones culturales del capitalismo. Madrid: Alianza Editorial-Universidad, 1977.

c) ORIENTACION DEL CURSO Y EVALUACION DEL MISMO

Estudio del conocimiento y desarrollo de la teoría y técnica de las relaciones públicas en el contexto que se incardina en en la industria de la persuasión. Analizando su utilización y práctica cotidiana, tanto en el ámbito de las relaciones interpersonales como en el empresarial e institucional.

La evaluación de los alumnos que se realizará mediante un proceso continuado de evaluación. Por tal, se entienden tanto las intervenciones en clase a través de la preparación previa de temas de discusión -primordialmente de actualidad, con referencia a los contenidos específicos de la asignatura-, como a los trabajos de investigación que durante el curso puedan realizarse.

Los mínimos para aprobar el curso son los siguientes:

- a) Trabajos de investigación con propuesta previa de los mismos al profesor. Estos trabajos podrán ser realizados individualmente o en grupos no superiores a tres personas, en función de sus objetivos y metodología a utilizar.
- b) Una prueba objetiva trimestral.
- c) Una prueba objetiva al final del curso.