

TEORIA I TECNICA DE LES RELACIONS
PÚBLIQUES

PROF. ANTONI NOGUERO

5è CURS - PUBLICITAT

A) TEMARI

la PART: Teoria de les relacions públiques

TEMA I: LES RELACIONS PÚBLIQUES

El seu plantejament filosòfic, concepte i definició.-La informació i la comunicació en el context social.-L'home socialitzat.-Relació i societat. Anàlisi crítica de les estructures.

TEMA II: LA INDÚSTRIA DE LA PERSUASIÓ

Els mitjans de comunicació social.- Relacions públiques i publicitat.- Relacions públiques i propaganda política.- Aspectes coincidents i divergents.

TEMA III: HISTÒRIA DE LES RELACIONS PÚBLIQUES (I): ETAPA CULTURAL

Orígens i característiques diferenciatives.- Fases històriques i fonts culturals.- Les ciències socials i les relacions públiques.

TEMA IV: HISTÒRIA DE LES RELACIONS PÚBLIQUES (II): ETAPA EMPIRICA

El desenvolupament de les relacions públiques als EUA.- Els seus primers teòrics i professionals: Andrew Carnegie, Walter Lippmann, Edward Bernays, Ivy Ledbetter Lee, Pendleton Dudley, James Ellsworth i Carl Byoir.

TEMA V: LA COMUNICACIÓ SOCIAL DES DE L'ÒPTICA DE LES RELACIONS PÚBLIQUES

Llenguatge, parla i acte de comunicació.- Diferències i característiques entre comunicació i informació.- Necessitat de la comunicació i informació com a factor de canvi social. "Gatekeepers" "muckrakers" i les relacions públiques.

TEMA VI: SUBJECTES PROMOTORS (I): L'HOMME SOCIALITZAT

El subjecte i el seu àmbit de relació.- Antropologia de les relacions públiques.- Grups, societats i masses.- El grup i la corporació.- Els grups de pressió i les tècniques del "loobyng".-Grups funcionals i disfuncionals.

TEMA VII: SUBJECTES PROMOTORS (II): L'ESTAT I LA SOCIETAT POLITICA

L'Estat i la seva organització pel que fa a les relacions públiques.- L'Administració pública i les relacions públiques.- La política informativa oficial: el pressupost general, el sistema impositiu, etc.- El parlamentarisme, els partits polítics i les relacions públiques.- L'"ombudsman".- Els organismes autònoms de l'Estat i la seva política de relacions públiques.

TEMA VIII: SUBJECTES PROMOTORS (III): LES ORGANITZACIONS SUPRANACIONALS

L'internacionalisme com a element de comprensió social i factor de convivència humana.- Les relacions públiques en qualsevol tipus d'entitats i associacions de caràcter supranacional.- Campanyes internacionals i polítiques conjuntes de relacions públiques.- Casos pràctics.

TEMA IX: SUBJECTES PROMOTORS (IV): L'EMPRESA PRIVADA

Necessitat de les relacions públiques a l'empresa.- Història de l'aplicació de les relacions públiques a l'empresa.- El "management" i les relacions públiques.- Estudi comparatiu de la política de relacions públiques en les corporacions i empreses multinacionals.- Imatge i canvi d'imatge a l'empresa.- Els professionals de relacions públiques a l'empresa.- Departamentització multidisciplinària de la gestió empresarial.

TEMA X: SUBJECTES PROMOTORS (V): L'EMPRESA PÚBLICA

Principis i peculiaritats: les seves responsabilitats públiques.- Relacions amb els diferents sectors econòmics i objectius específics de l'empresa pública.- El factor humà i el Balanç Social.

TEMA XI: SUBJECTES RECEPTORS (I): L'OPINIÓ PÚBLICA

Opinió pública i opinió privada: concepte i procés.- Formació i deformació de l'opinió pública.- Teoria de les comunicacions de doble flux (two step flow).- Els mites, els estereotips, les motivacions.- Dinàmica de l'opinió pública i la seva utilització per les relacions públiques.

TEMA XII: SUBJECTES RECEPTORS (II): ELS PÚBLICS

La clientela com a públic històric.- Tipologia diferenciada entre súbdit i ciutadà.- Estudi comparatiu dels públics i les seves classes.- Públics interns i públics externs. Teoria sociològica dels consumidors: els seus drets i obligacions.

TEMA XIII: SUBJECTES RECEPTORS (III) PÚBLICS ESPECIALS

Les relacions públiques i els sectors i subsectors especialitzats: polítics, jurídics, econòmics, religiosos, ecològics, etc.- La imatge de relacions públiques personal i institucional: la seva creació, utilització i projecció.- Quadre metodològic de selecció de tècniques, activitats i aplicacions de relacions públiques.

2a PART: Les ciències de la comunicació i informació des de la perspectiva de les tècniques de relacions públiques

TEMA XIV: COMUNICACIÓ ORAL (I)

Tipologia i característiques.- La conversa.- El col·loqui.- La xerrada.- La conferència.- El discurs: estructura i classes.- Tribuna d'oradors i altres variants utilitzades en les relacions públiques.

TEMA XV: COMUNICACIÓ ORAL (II)

Sistemes de telecomunicació: el telèfon.- La radiodifusió com a canal de transmissió oral i mitjà de comunicació de masses.- Tractament informatiu concomitant en les notícies i informacions radiades.

TEMA XVI: COMUNICACIÓ ESCRITA (I)

Les comunicacions individuals: carta personal.- Nota personal.- El saluda.- La instància.- L'informe.- El document.- Comunicacions específiques: carta "individualitzada", carta circular, etc.- Comunicacions col·lectives directes i comunicacions col·lectives indirectes.

TEMA XVII: COMUNICACIÓ ESCRITA (II)

El periodisme com a mitjà de comunicació escrita: arts gràfiques, diagramació, confecció i procés.- Des del periodisme alternatiu al "House organ".- Les telecomunicacions al servei del periodisme escrit: telègraf, telefacsimil i transmissió de dades.- Situació actual de la tecnologia de la informació escrita i la seva utilització per les relacions públiques.

TEMA XVIII: COMUNICACIÓ VISUAL (I)

La teoria de la imatge.- L'"homo pictor" i la murografia.- El material gràfic.- La fotografia i la seva valoració.- La funció del cartell com a suport i mitjà de comunicació: classes i aplicacions a les relacions públiques.

TEMA XIX: COMUNICACIÓ AUDIO-VISUAL (II)

El teatre com a tècnica, mitjà i art de comunicació: incidència i problemàtica.- L'art cinematogràfic i la seva utilització periodística: noticiaris i documentals cinematogràfics.- La televisió i els seus aspectes teòrics i pràctics en el context de la comunicació de les relacions públiques.- El circuit tancat de televisió.- El video-tape o el video-cassette.

3a PART: Tècniques específiques de relacions públiques

TEMA XX: TECNiques DE RELACIONS PÚBLIQUES (I): PROGRAMACIÓ I OBJECTIUS

El programa de relacions públiques.- Concepte d'etapa i fase.- Nomenclatura d'amidament de temps en les accions de relacions públiques.- El "briefing".-La "check-list".- El "timing".- Control de gestió i pressupostos.

TEMA XXI: TECNiques DE RELACIONS PÚBLIQUES (II): EL PROCES DE RELACIONS PÚBLIQUES (Cutlip/Center)

La investigació.- La planificació.- La comunicació.- L'avaluació.- L'elaboració diagramada o llistada de les operacions de relacions públiques.- Pla General d'Operacions (PPO): concepte, realitzador, responsable i data de lliurament.

TEMA XXII: TECNiques DE RELACIONS PÚBLIQUES (III): INSTITUCIONS NO LUCRATIVES

Les Fundacions com a ens jurídics que incideixen en la política de relacions públiques: història, organització, classes, activitats.

TEMA XXIII: TECNiques DE RELACIONS PÚBLIQUES (IV): L'ANIMACIÓ SÒCIO-CULTURAL

Teoria i història de l'animació cultural.- Objectius i modalitats de l'animació cultural: classes.- Criteris de diferenciació entre animació sòcio-cultural i animació sòcio-política.- El Consell d'Europa i l'animació cultural.- La política oficial (Ministeri de Cultura) i les activitats professionals (Associació de Tècnics en Animació Cultural).

TEMA XXIV: TECNiques DE RELACIONS PÚBLIQUES (V): ORGANITZACIÓ DE CONGRESSOS

Significat, objecte i finalitat: classes de Congressos.- Subjectes promotors i organitzadors.- Comissions científiques.- Secretaria del Congrés: actuació i funcions.- Finançament i pressupostos.- Altres aspectes complementaris.

TEMA XXV: TECNiques DE RELACIONS PÚBLIQUES (VI): ALTRES TIPUS DE REUNIONS GRUPALS

Diferents tipus de reunions grupals o sessions de treball: taules rodones, seminaris, simposis, cartells, jornades, assemblees, etc.- Suports o mitjans tècnics utilitzats en cada cas.

TEMA XXVI: TECNiques DE RELACIONS PÚBLIQUES (VII): COMPORTAMENT SOCIAL

Introducció al protocol i cerimonial.- El respecte pels usos i costums, tradicions locals, nacionals i internacionals.- Organització del Departament de Protocol i Cerimonial.- Legislació i ordenances.- Classificació dels actes públics.- Aspectes teòrico-pràctics per a l'organització d'actes oficials.

4a PART: La professió i els professionals de les relacions públiques: la seva política de gestió

TEMA XXVII: LA PROFESSIÓ DE LES RELACIONS PÚBLIQUES (I): GESTIÓ DEPARTAMENTAL

El Departament de relacions públiques: classes, estructura i funcionalitat.- Estudi de les seves necessitats i competències.- Situació de l'organigrama de l'empresa o institució.- Consellers o assessors, integrats o externs, al Departament de relacions públiques.

TEMA XXVIII: LA PROFESSIÓ DE LES RELACIONS PÚBLIQUES (II): EL CONSELLER I EL TÈCNIC DE RELACIONS PÚBLIQUES

Preparació i activitats professionals.- Drets i obligacions professionals.- El secret professional.- La clàusula de consciència.- Disposicions legals espanyoles que fan referència a la professió de les relacions públiques.- El Registre Oficial de Tècnics en relacions públiques i la seva classificació.- El Conseller de relacions públiques: funcions i activitats principals.- Presentació de projectes i estudi de diversos barems d'honoraris professionals.- Estudi comparatiu de contractes professionals.

XXIX: LA PROFESSIÓ DE LES RELACIONS PÚBLIQUES (III): ASSOCIACIONS PROFESSIONALS I DECLARACIONS DE PRINCIPIS

Associacions professionals espanyoles de relacions públiques: creació, interessos i funcions.- Agrupación Española de relaciones públicas (AERP).- Centro Español de relaciones públicas (CERP).- La imatge institucional dels professionals de la comunicació.- Anàlisi dels Congressos i Assemblees professionals de relacions públiques des de la dècada dels setanta a Espanya.- Els comitès paritaris.- El futur dels Col·legis Oficials de Tècnics en relacions públiques.

TEMA XXX: LA PROFESIO DE LES RELACIONS PUBLIQUES (IV):
ASSOCIACIONS PROFESSIONALS INTERNACIONALS

Les associacions professionals de relacions públiques en l'àmbit internacional: orígens i classe.- Associacions i federacions: àmbits de competència geogràfica.- Inter-American Federation of Public Relations Association (IFPRA).- Centre Européen des Relations Publics (CERP).-Pan Pacific Public Relations Association.- Altres organismes i associacions vinculades a la professió i a l'ensenyament de les relacions públiques.

5a PART: Annex de pràctiques a realitzar durant el curs

SEMINARI DE PRACTIQUES: METODOLOGIA OPERATIVA

Creació de campanyes concretes.- Investigació i anàlisi de campanyes que es detectin el 1984.- Visites i contactes amb professionals de les relacions públiques.- Assistència a diverses activitats professionals que s'organitzin.- Anàlisi pràctica del vocabulari terminològic internacional de les relacions públiques.

B) BIBLIOGRAFIA

Bibliografia traduïda

- BERNAYS, E.L.: Relaciones públicas. Troquel, Buenos Aires, 1969.
- CUTLIP, S.M. i CENTER, H.C.: Relaciones públicas. Rialp. Madrid, 1964.
- LESLEY, Ph. i d'altres: Manual de relacions públiques. Martínez Roca, 2 vols. Barcelona, 1969.
- LOUGOVOY, C. i LINON, M.: Relaciones públicas. Hispano Europea. Barcelona, 1972.
- MARSTON, J.E.: Relaciones públicas modernas. McGraw-Hill. Mèxic, 1981.
- MOORE, H. CANFIELD, F. i B.R.- Relaciones Públicas: Principios, casos y problemas. CECSA. Mèxic, 1980.
- ROGGERO, G.A.: Relaciones públicas. Deusto. Bilbao, 1970.
- SIMON, R.: Perspectiva de las relaciones públicas. Diana. Mèxic, 1970.
- SLEE SMITH, P.I.: Relaciones públicas en la empresa. Deusto. Bilbao, 1970.
- UGEUX, W.: Las relaciones públicas. Seix Barral. Barcelona, 1976.

Bibliografia no traduïda

- COOKMAN, A.O.: Public Relations Handbook. Dartnell Pres. Chicago, 1967.
- CUTLIP, S.M. i CENTER, A.H.: Effective Public Relations. Englewood Cliffe, prentice-Hall, 1971. 4a edició.
- JEFFKINS, F. Public Relations. Macdonald & Evans. Plymouth, 1980.
- MARSTON, J.E.: The Nature of Public Relations. McGraw-Hill. Nova York, 1960. 2a edició.
- STEPHENSON, H. i d'altres: Handbook of Public Relations. McGraw-Hill. Nova York, 1960. 2a edició.

Bibliografia espanyola de relacions públiques

- CARRASCO BELINCHON, J.: Manual de organización y métodos: IV. Relaciones públicas. Instituto de Estudios de Administración Local. Madrid, 1977.
- NOGUERO, A.: Teoría y práctica de las relaciones públicas a Anuario Empresarial Master 7. Club Master 7. Barcelona, 1976.
- REVILLA, F.: Hacerlo bien y hacerlo saber. Oikos Tau. Vilassar de Mar, 1970.
- UEZIZ, J. de: Teoría y técnica de las relaciones públicas. San Martín. Madrid, 1971.
- XIFRA, J. i d'altres: Sociología de las relaciones públicas. Instituto de Ciencias Sociales. Barcelona, 1968.

Lectures introductòries recomanades

- BELL, D.: Las contradicciones culturales del capitalismo. Alianza Editorial-Universidad. Madrid, 1977.
- CHEVALIER, A.: El balance social de la empresa. Fundació Universitat-Empresa. Madrid, 1978.
- MAQUIAVELO, N.: El príncipe. Espasa-Calpe. Madrid, 1976. 15a edició.
- MOODIE, G.C. i STUDDERT-KENNEDY, G.: Opiniones; públicos y grupos de presión. FCE. Mèxic, 1975.
- MUCCHIELLI, R.: Psicología de la publicidad y de la propaganda. Mensajero. Bilbao, 1977.
- RIVADENEIRA PRADA, R.: La opinión pública. Trillas. Mèxic, 1976.
- SECORD, P.F. i BACKMAN, C.W.: Psicología social. McGraw-Hill. Mèxic, 1976.

C) ORIENTACIÓ I AVALUACIÓ DEL CURS

Estudi del coneixement i del desenvolupament de la teoria i la tècnica de les relacions públiques dins el context que s'admet en la indústria de la persuasió, analitzant la seva utilització i pràctica quotidiana, tant pel que fa a l'àmbit de les relacions interpersonals com pel que es refereix a l'àmbit empresarial i institucional.

L'avaluació dels alumnes es realitzarà mitjançant un procés continuat d'avaluació; això vol dir que es valoraran tant les intervencions a classe a través de la preparació prèvia de temes de discussió -principalment d'actualitat, amb referència als continguts específics de l'assignatura- com als treballs d'investigació que durant el curs puguin realitzar-se.

Els mínims per aprovar el curs són els següents:
Treballs d'investigació amb la seva proposta prèvia al professor. Els esmentats treballs podran ser realitzats individualment o en grups no superiors a tres persones, en funció dels seus objectius i metodologia a emprar.
Una prova objectiva trimestral.
Una prova objectiva a la fi del curs.

TEORIA I TECNICA DE LAS RELACIONES PUBLICAS

PROF. ANTONI NOGUERO

5º CURSO - PUBLICIDAD

A) TEMARIO

1ª PARTE: Teoría de las Relaciones Públicas

TEMA I: LAS RELACIONES PUBLICAS

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

TEMA II: LA INDUSTRIA DE LA PERSUASION

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

TEMA III: HISTORIA DE LAS RELACIONES PUBLICAS (I): ETAPA CULTURAL

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

TEMA IV: HISTORIA DE LAS RELACIONES PUBLICAS (II): ETAPA EMPIRICA

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

TEMA V: LA COMUNICACION SOCIAL DESDE LA OPTICA DE LAS RR.PP.

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

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

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

TEMA VII: SUJETOS PROMOTORES (II): EL ESTADO Y LA SOCIEDAD POLITICA

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

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

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

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

Necesidad de las RR.PP. en la empresa.- Historia de la aplicación de las RR.PP. en la empresa.- El "management" y las RR.PP.- Estudio comparativo de la política de RR.PP. en las corporaciones y empresas multinacionales.- Imagen y cambio de imagen en la Empresa.- Los profesionales de RR.PP. en la empresa.- Departamentalización multidisciplinaria en la gestión empresarial.

TEMA X: SUJETOS PROMOTORES (V): LA EMPRESA PUBLICA

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

TEMA XI: SUJETOS RECEPTORES (I): LA OPINION PUBLICA

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

TEMA XII: SUJETOS RECEPTORES (II): LOS PUBLICOS

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

TEMA XIII: SUJETOS RECEPTORES (III): PUBLICOS ESPECIALES

Las RR.PP. y los sectores y subsectores especializados: políticos, jurídicos, económicos, religiosos, ecológicos, etc.- La imagen de RR.PP. personal e institucional: su creación, utilización y proyección.- 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.

TEMA XIV: COMUNICACION ORAL (I)

Su tipología y características.- La conversación.- El coloquio.- La charla.- La conferencia.- El discurso: estructura y clases.- Tribuna de oradores y otras variantes utilizadas en las RR.PP.

TEMA XV: COMUNICACION ORAL (II)

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

TEMA XVI: COMUNICACION ESCRITA (I)

Las comunicaciones individuales: carta personal.- Nota personal.- El "saluda".- La instancia.- El informe.- El documento.- Comunicaciones específicas: carta "individualizada", carta circular, etc.- Comunicaciones colectivas directas y comunicaciones colectivas indirectas.

TEMA XVII: COMUNICACION ESCRITA (II)

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

TEMA XVIII: COMUNICACION VISUAL (I)

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

TEMA XIX: COMUNICACION AUDIOVISUAL (II)

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

3a PARTE: Técnicas específicas de las RR.PP.

TEMA XX: TECNICAS DE RR.PP. (I): PROGRAMACION Y OBJETIVOS

El programa de RR.PP.- Concepto de etapa y fase.- Nomenclatura de medición de tiempos en las acciones de RR.PP.- El "briefing".- La "check-list".- El "timing".- Control de gestión y presupuestos.

TEMA XXI: TECNICAS DE RR.PP. (II): EL PROCESO DE RR.PP. (Cut-lip/Center)

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

TEMA XXII: TECNICAS DE RR.PP. (III): INSTITUCIONES NO LUCRATIVAS

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

TEMA XXIII: TECNICAS DE RR.PP. (IV): LA ANIMACION SOCIO-CULTURAL

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

TEMA XXIV: TECNICAS DE RR.PP. (V): ORGANIZACION DE CONGRESOS

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

TEMA XXV: TECNICAS DE RR.PP. (VI): OTROS TIPOS DE REUNIONES GRUPALES

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

TEMA XXVI: TECNICAS DE RR.PP. (VII): COMPORTAMIENTO SOCIAL

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

4a PARTE: La profesión y los profesionales de las RR.PP.: su política de gestión

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

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

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

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

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

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

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

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

5a PARTE: Anexo de prácticas a realizar durante el curso

SEMINARIO DE PRACTICAS: METODOLOGIA OPERATIVA

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

B) BIBLIOGRAFIA

Bibliografía Básica Traducida

- BERNAYS, E.L.: Relaciones públicas. Troquel. Buenos Aires, 1969.
- CUTLIP, S.M. y CENTER, A.H.: Relaciones públicas. Rialp. Madrid, 1964.
- LESLEY, P. et ALTER: Manual de relaciones públicas. 2 vol. Martínez Roca. Barcelona, 1969.
- LOGOVOY, C. y LINON, M.: Relaciones públicas. Hispano Europea. Barcelona, 1972.
- MARSTON J.E.: Relaciones públicas modernas. McGraw-Hill. México, 1981.
- MOORE, H.F. y CANFIELD, B.R.: Relaciones públicas: Principios, casos y problemas. Ceca. México, 1980.
- ROGGERO, G.A.: Relaciones públicas. Deusto. Bilbao, 1970.
- SIMON R.: Perspectiva de las relaciones públicas. Diana. México, 1970.
- SLEE SMITH, P.I.: Relaciones públicas en la empresa. Deusto. Bilbao, 1970.

UGEUX, W.: Las relaciones públicas. Edición no venal. Seix Barral. Barcelona, 1976.

Bibliografía Básica no traducida

- COOKMAN, A.O.: Public Relations Handbook. Dartnell Press. Chicago, 1967.
- CUTLIP, S.M. and CENTER, A.H.: Effective Public Relations. 4th ed. Prentice-Hall. Englewood Cliffe, N.J., 1971.
- JEFKINS, F.: Public Relations. Macdonald & Evans. Plymouth, 1980.
- MARSTON, J.E.: The Nature of Public Relations. 2nd ed. McGraw-Hill, New York, 1960.
- STEPHENSON, H. et ALTER: Handbook of Public Relations. 2nd ed. McGraw-Hill. New York, 1960.

Bibliografía española de relaciones públicas

- CARRASCO BELINCHON, J.: Manual de organización y métodos: IV. Relaciones públicas. Instituto de Estudios de Administración Local. Madrid, 1977.
- NOGUERO, A.: Teoría y práctica de las relaciones públicas. En Anuario Empresarial Master 7. Club Master, 7. Barcelona, 1976. Relaciones públicas e industria de la persuasión. Eunibar. Barcelona, 1982.
- REVILLA, F.: Hacerlo bien y hacerlo saber. Oikos-Tau. Vilasar de Mar, 1970.
- URZAIZ, J. DE: Teoría y técnica de las relaciones públicas. San Martín. Madrid, 1971. Ordenación de las relaciones públicas. Instituto Nacional de Publicidad. Madrid, 1977.
- XIFRA J. et ALTER: Sociología de las relaciones públicas. Instituto de Ciencias Sociales. Barcelona, 1968.

Lecturas introductorias recomendadas

- BELL, D.: Las contradicciones culturales del capitalismo. Alianza Editorial-Universidad. Madrid, 1977.
- CHEVALIER, A.: El balance social de la empresa. Fundación Universidad-Empresa. Madrid, 1978.
- MAQUIAVELO, N.: El príncipe. 15a ed. Espasa-Calpe. Madrid, 1976.
- MOODIE, G.C. y STUDDERT-KENNEDY, G.: Opiniones, públicos y grupos de presión. Fondo de Cultura Económica. México, 1975.
- MUCCHIELLI, R.: Psicología de la publicidad y de la propaganda. Mensajero. Bilbao, 1977.

RIVADENEIRA PRADA, R.: La opinión pública. Trillas. México, 1976.

SECORD, P.F. y BACKMAN, C.W.: Psicología Social. McGraw-Hill. México, 1976.

C) ORIENTACION Y EVALUACION DEL CURSO

Estudio del conocimiento y desarrollo de la teoría y técnica de las relaciones públicas en el contexto que se incardina 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:
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.- Una prueba objetiva trimestral.- Una prueba objetiva al final del curso.

Servet de Biblioteques
Biblioteca de Comunicació
i Hemeroteca General