

El desarrollo de un tema teórico, por trimestre, cuya nota media se obtendrá. Será el segundo factor de puntuación.

La realización de un caso final, será factor constante de la media de los dos factores antes comentados.

Para estos alumnos, los ejercicios pueden realizarse trimestralmente o todos al final. O bien, parte en Junio y parte en Setiembre.

TEORIA I TÈCNICA DE LES RELACIONS PÚBLIQUES

PROF.: ANTONI NOGUERO

5è. CURS PUBLICITAT CODI 5208

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 EMPÍRICA

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'HOME 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 "lobbying".-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.- Departamentalització 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 murgrafia.- 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: TÈCNiques 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: TÈCNiques 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: TÈCNiques 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: TÈCNiques 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: TÈCNiques 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: TÈCNiques 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: TÈCNiques 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 PROFESIÓN DE LAS RELACIONES PÚBLICAS (IV):
ASOCIACIONES PROFESIONALES INTERNACIONALES

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 PRÀCTIQUES: 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

Bibliografía básica Traducida

- BERNAYS, E.L.: Relaciones públicas. Troquel. Buenos Aires, 1969.
- CUTLIP, S.M. y CENTER, A.H.: Relaciones públicas. Rialp. Madrid, 1964.
- JEFFKINS, Frank: Relaciones públicas. EDAF. Madrid, 1982.
- LESLEY, P. et ALTER: Manual de relaciones públicas. 2 vol. Martínez Roca. Barcelona, 1969.
- LOUGOVOY, 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. Cecs. 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.
- REILLY, R.T.: Public Relations in Action (Prentice Hall: Englewood Cliffs, New Jersey, 1981).

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.
- Información y técnicas de relaciones públicas. PPU. Barcelona, 1985.
- 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

- ARCEO VACAS, J.L.: Como ganar unas elecciones. Fomento de Bibliotecas: Madrid, 1982.
- 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.
- PARRA LUNA, F.: Balance social y progreso empresarial. Circe. Madrid, 1979.
- RIVADENEIRA PRADA, R.: La opinión pública. Trillas. México, 1976.
- SECORD, P.F. y BACKMAN, C.W.: Psicología Social. McGraw-Hill, México, 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 TÈCNICA DE LA PROPAGANDA POLITICA

PROF.: P.O. COSTA, J. PUIG

5è. CURS PUBLICITAT CODI 5212

Sumari

- 1.- Introducció
 - 1.1 La Propaganda política: definició i àmbit
 - 1.2 Subjectes de la propaganda política
 - 1.3 Les Campanyes Electorals
- 2.- Història de la Propaganda Política
 - 2.1 Precedents
 - 2.2 Primera Guerra Mundial
 - 2.3 La Propaganda nazifeixista
 - 2.4 Propaganda marxista lininista
 - 2.5 La Segona Guerra Mundial
 - 2.6 Aparició de la Propaganda Moderna: El Màrketing Electoral
 - 2.7 La premsa com mitjà de propaganda
 - 2.8 La ràdio com arma política
 - 2.9 La propaganda política televisada
 - 2.10 Incorporació de nous mitjans a la propaganda política
- 3.- Opinió Pública: la seva dinàmica
 - 3.1 Processos de l'Opinió Pública
 - 3.2 Opinió Pública i problemes polítics contemporanis
- 4.- Coneixement d l'electorat
 - 4.1 Informació gratuïta sobre l'electorat
 - 4.2 Gènesi i evolució de les enquestes d'opinió
 - 4.3 Enquestes sobre comportament i actituds electorals
 - 4.4 Models explicatius del comportament electoral
 - 4.5 El coneixement de L'Opinió Pública a través de les enquestes
- 5.- Les tècniques de la Propaganda Política Contemporània
 - 5.1 Elaboració i planificació de l'estrategia electoral
 - 5.2 El programa electoral
 - 5.3 Organització i tria dels mitjans
 - 5.4 Assessoria jurídica
 - 5.5 La seu
 - 5.6 El líder i els altres candidats
 - 5.7 Mitjans publicitaris