

CURS ACADÈMIC: 2002-2003

LLICENCIATURA: PUBLICITAT I RELACIONS PÚBLIQUES CURS: 4t

Codi:	20699
Assignatura:	Relacions Públiques en Sectors Especialitzats
Tipus d'assignatura:	Tr.
Nº Crèdits:	5
Professorat:	Antoni Noguero (Gr 54)
Quadrimestre:	2n

OBJECTIUS DE L'ASSIGNATURA:

Capacitar per a l'estudi metodològic de la realitat de cada sector, així com el contacte directe amb professionals de les relacions públiques que desenvolupem la seva activitat en sectors treballats dins l'assignatura.

TEMARI:

Tema 1. Naturalesa i classes de campanyes de relacions públiques. Característiques de les campanyes de més èxit. Planificació i realització de campanyes. Avaluació de les campanyes. Noves tendències i implicacions multimèdia en campanyes de relacions públiques. Globalització i actuació a les campanyes de RR.PP.

Tema 2. Els sistemes d'organització polític administrativa i les relacions públiques. L'administració pública en el seu context europeu, estatal, autonòmic, provincial i local. L'anàlisi de la comunicació pública. El perfil polític, social e institucional. El ciutadà organitzat.

Tema 3. Els partits polítics i els grups de pressió. Les tècniques de *lobby* i les agències de relacions públiques. Anàlisi dels usos i costums europeus davant la normativa nord-americana. La incògnita sobre la futura normativa europea.

Tema 4. El sector de l'alimentació. Processos, característiques i públics específics: les seves organitzacions. Evolució i tendències. Estudio de casos pràctics.

Tema 5. El sector petroquímic i energètic. Especificació de les activitats de les relacions públiques en els diferents sistemes de producció energètica. Els sistemes de comunicació emprats a la comunicació de crisi com a constant específica del sector. Tendències actuals i restriccions legals.

Tema 6. Les aplicacions de les relacions públiques en el sector de l'alta tecnologia: Les seves campanyes més característiques..

Tema 7. El sector sanitari i mèdic. Les campanyes de relacions públiques com subjecte actiu de la política sanitària. Agències, associacions, fundacions i altres classes de treball voluntari al sector. La *health-communication* como proceso específico del sector.

Tema 8. L'ensenyament de la cultura, l'esport i l'oci. Plantejaments, accions i campanyes de relacions públiques en aquests camps. El fenomen del mecenatge i el patrocini: les seves expectatives a mig i llarg termini.

Tema 9. Les relacions públiques en l'àmbit dels negocis: la seva filosofia i tendències. L'ús de les relacions públiques a les institucions financeres i de préstec. La normativa legal i les seves implicacions en el cas de les caixes d'estalvi.

Tema 10. Les relacions públiques als sectors d'associacions. Tipificació i classes d'associacions, i la seva anàlisi com a art i part en els processos actius de relacions públiques. Cas pràctic: Les fundacions i les organitzacions no governamentals.

Tema 11. Sectors propis de les societats post-industrials i de consum massiu. El binomi comunicacions i transports. El sector tèxtil i les seves especificacions de moda i disseny.

Tema 12. Els programes de relacions públiques sectorials. Aspectes subjectius: els consumidors (*consumer publics*) i els grups minoritaris (*minority publics*). Aspectes objectius: el medi ambient i el fenomen de la *green communication*.

Tema 13. El sector emergent de les relacions comunitàries (*community publics*). Tipologia i investigació de les relacions comunitàries. Anàlisi i aplicacions de la teoria situacional. El voluntariat en els programes de relacions públiques comunitàries (*community involvement projects*).

Tema 14. De les relacions públiques al marketing social. El mix de marketing i relacions públiques (MPR). Els subjectes promotors com a condicionants del mercat sectorial i la seva aplicació en els àmbits econòmics, polítics, acadèmics, socials i culturals.

BIBLIOGRAFIA

BÀSICA:

Moss, Danny (1995) (Ed.): *Las relaciones públicas en la práctica. Libro de experiencias*. ESRP-PPU, Barcelona.

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

VV.AA.(1996): *El libro práctico de las relaciones públicas. El porqué y el cómo de una profesión apasionante*. Asociación de Empresas Consultoras de Relaciones Públicas y Comunicación (ADECEC). Barcelona. Existe otra edición en Folio (1997).

COMPLEMENTÀRIA:

Bernays, E.L. (1990): *Los años últimos: Radiografía de las relaciones públicas*. ESRP-PPU, Barcelona.

Berlin, E.; y Donohew, L. (1990): *Communication and Health. Systems and Applications*. Lawrence Earlbaum, Hillsdale, N.J.

Harris, T. L. (1991) : *The Marketers Guide to Public Relations. How Today's Top Companies Are Using the New PR to Gain a Competitive Edge*. Wiley, Nueva York.

IPRA (1995): *IPRA Golden World Awards of the International Public Relations Association: (1993-1994): Winning Entries*.

Lesly, P. *et alter* (1981): *Nuevo manual de relaciones públicas*. Martinez Roca, Barcelona.

Newson, D.; Scott, A.; y Vanslyke, Judy (1992): *This Is PR. The Realities of Public Relations*. Wadsworth, Belmont, California.

Stefano, R. (1992): *Comunicazione pubblica. Modernizzazione dello Stato diritti del cittadino*. Il Sole 24 Ore, Milán.

METODOLOGIA DOCENT:

TEORIA:

La pauta de l'activitat docent es circumscriurà a l'anàlisi de campanyes en sectors especialitzats, assenyalant les seves concordàncies i discordàncies, tant en allò que es refereix al mètode com a les seves fonts. Per altra banda, facilitarà, a efectes del treball de curs: a) La selecció d'un àmbit sectorial; i b) La realització d'una acció, programa i/o campanya en el sector seleccionat.

PRÀCTIQUES:

Anàlisi de campanyes específiques de Relacions Públiques.

SISTEMA D'AVUACIÓ

Es podrà efectuar una avaluació al finalitzar el quadrimestre o també un treball d'investigació que prèviament serà acordat amb el professor de l'assignatura i acceptat durant el primer més d'iniciat el quadrimestre

ALTRES QÜESTIONS: