

CURSO ACADÉMICO: 2005-2006

LICENCIATURA DE PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

CURSO: 3º

Código:	20671
Asignatura:	Programación y Técnicas de Relaciones Públicas.
Tipo de asignatura:	Tr.
Nº Créditos:	5
Profesorado:	Antoni Noguero (Gr 54)
Cuatrimestre:	2º

OBJETIVOS DE LA ASIGNATURA:

Conocimiento de las técnicas específicas de las Relaciones Públicas, así como de los instrumentos metodológicos para la programación racional de la actividad profesional.

TEMARIO:

Tema 1. GESTIÓN DEPARTAMENTAL. El Departamento de RR.PP.: sus clases, estructura y funcionalidad. Estudio de sus necesidades y competencias. Su situación e interrelación con el organigrama de la organización.

Tema 2. EL PROCESO DE LAS RELACIONES PÚBLICAS. Naturaleza y características de acuerdo con el proceso de las cuatro etapas de Cutlip y Center. Objetivo y definición aplicativa de las Relaciones Públicas: métodos de exploración e investigación. La planificación y programación: proyecto y verificación, presupuesto y tiempo de realización. Información y comunicación: proceso de difusión. Evaluación del programa: interpretación y utilización de los resultados..

Tema 3. INTERRELACIONES CON LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL. Naturaleza y características de la interrelación profesional. De la fuente de información al portavoz autorizado. Conferencia o rueda de prensa. La conferencia de prensa como un modelo de análisis. Modelo dinámico elemental que se observa en toda conferencia de prensa. Motivos, características y objetivos propios de la conferencia de prensa. Sus cuatro requisitos técnicos fundamentales. Dinámica de l'*Agenda-Setting* y el *News Making*.

Tema 4. REUNIONES GRUPALES O COLECTIVAS DE PÚBLICOS SELECCIONADOS. Análisis de la organización de actos grupales como un medio de comunicación controlado, dinamizador y participativo de les RR.PP.: aniversario, asamblea, conferencia, congreso, conmemoración, efemérides, convención, exposición, feria de muestras, salón monográfico, jornada, mesa redonda, panel, seminario, viaje cultural, de incentivo, y premial.

Tema 5. ORGANIZACIÓN DE EXPOSICIONES Y CONGRESOS. Significado, objeto y finalidad: sus clases. Sujetos promotores y sujetos organizadores. la planificación organigrama departamental. Organización y actividad de las comisiones técnicas y ejecutivas. Aspectos complementarios.

Tema 6. DEL COMPORTAMIENTO SOCIAL AL PROTOCOL OFICIAL. Introducción al protocolo oficial y ceremonial: consideraciones técnico-jurídicas. Del derecho premial. El respeto sociológico de usos y costumbres, tradiciones locales, nacionales e internacionales. Organización del Departamento de Protocolo y Ceremonial. Legislación y ordenanzas. Aspectos técnico-prácticos para la organización de actos oficiales y el denominado "protocolo empresarial".

Tema 7. LA ANIMACIÓN SOCIOCULTURAL. Teoría e historia de la animación cultural. Objetivos y modalidades de la animación cultural: sus clases. Criterios diferenciativos entre animación-socio-cultural y animación socio-política. El Consejo de Europa y la animación cultural. La política oficial (Ministerio de Cultura) y las actividades profesionales: *Associació de Tècnics en Animació Cultural (ATAC)*.

Tema 8. DEL BALANCE SOCIAL A LA IMAGEN CORPORATIVA. Historia, aplicación y desarrollo del balance social. El *social audit* norteamericano. De la imagen de la organización a la identidad corporativa o empresarial. De la información/comunicación de interés público a la cultura empresarial. La auditoria de Relaciones Públicas (*Public Relations Audit*).

Tema 9. EL MECENAZGO Y EL PATROCINIO Cultura y Estado. Empresa y cultura. El mecenazgo concepto y características. Historia y acepciones. Aspectos diferenciadores entre el mecenazgo y el patrocinio. Concepto de patrocinio y características principales. De la colaboración al patrocinio. El patrocinio y la publicidad. El patrocinio como alternativa al control jurídico de la publicidad. El patrocinio y los medios de comunicación social. La gestión profesional del patrocinio. La Administración pública como actor patrocinio.

Tema 10. EL INTERÉS PÚBLICO Y LAS SITUACIONES DE CRISIS DE LA DIRECCIÓN. La administración de la gestión de la comunicación en situaciones de crisis por parte de las organizaciones. El proceso conflictual de la *crisis management* a la *crisis communications*. Naturaleza y clases. Organización y estructura funcional. Actividades prioritarias y plan de actuación. Análisis de la política de previsiones.

Tema 11. INSTITUCIONES NO LUCRATIVES. Los movimientos y organizaciones no lucrativas en el contexto internacional. Análisis y desarrollo de las *non profit organizations*. Las Fundaciones como entes jurídicos que inciden en la política de RR.PP.: su historia, organización, clases y actividades.

Tema 12. LA PROGRAMACIÓN Y LOS SISTEMAS DE EVALUACIÓN EN LAS RELACIONES PÚBLICAS. Los sistemas de programación cuantitativos y conceptuales. El Diagrama de Gantt o de Barras. La Teoría de los grafos. Los grafos: PERT, GERT y CPM. La Dirección por Objetivos (PR-MBO). El Plan General de Operaciones (PGO). Los programas informáticos de programación y sus aplicaciones.

BIBLIOGRAFÍA: **BÁSICA**

Belcher, M. (1994): *Organización y diseño de exposiciones. Su relación con el museo*. Trea, Gijón.

López-Nieto y Mallo, F. (1995): *Manual de protocolo*. Ariel, Barcelona.

Noguero, A. (1988): *Programación y técnicas de relaciones públicas*. PPU, Barcelona.

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

COMPLEMENTARIA:

Benito, Pilar (1998): *Manual de protocolo, ceremonial y actos públicos*. Film Ideal 2000, Barcelona.

Burstein, David; y Stasiowski (1997): *Project Manager. Manual de gestión de proyectos para arquitectos, ingenieros e interioristas*. Gustavo Gili, Barcelona.

Dalla Villa, M.C. (1994): *Il congresso. Della progettazione all'organizzazione*. ETASLIBRI, Milán.

Fearn-Banks, Kathleen (1996): *Crisis Communications: A Case Book Approach*. LEA, Mahwah, N.J.

López-Nieto y Mallo F.: *Honores y protocolo*. (2000) El Consultor de los Ayuntamientos y de los Jugados, Madrid. 2ª ed., 2 vol. 1ª ed. 1982.

Moragas, M. (1992): *Los juegos de la comunicación. Las múltiples dimensiones comunicativas de los Juegos Olímpicos*. Fundesco, Madrid.

Olins, Wally (1995): *Imagen corporativa internacional*. Gustavo Gili, Barcelona. Título original: *International Corporate Identity*.

Parra Luna, F. (1980): *Balance social y proceso empresarial*. Cirde, Madrid.

Sanchís. I. (2001): *Biografía d'una estrella*. Ed. 62, Barcelona.

Tuchman, G. (1983): *La producción de la noticia*. Gustavo Gili, Barcelona.

Vilarrubias, F.A. (1994): Tratado de protocolo del Estado e internacional. Nobel, Oviedo.

VV.AA. (1999): Manual del Estado Español Lama, Madrid.

METODOLOGÍA DOCENTE:

TEORÍA:

El desarrollo del temario se complementará con algunos casos prácticos para determinar como se configura la estrategia de las Relaciones Públicas con la selección de métodos y técnicas. Así mismo, se explicará en que manera la programación ejerce un papel axial en la gestión de la Dirección de las organizaciones.

PRÁCTICAS:

Podrán desarrollarse varias opciones:

- A) Prácticas mediante la utilización de diferentes sistemas de programación.
- B) Ejercicio práctico de aplicación de alguna de las técnicas explicadas en clase.
- C) Diseño, preparación y presentación de una conferencia de prensa aplicando la metodología del *role playing*.

SISTEMA DE EVALUACIÓN:

Se podrá efectuar una evaluación al finalizar el cuatrimestre o también un trabajo de investigación individual que previamente sea acordado con el profesor de la asignatura y aceptado durante el primer mes de iniciado el cuatrimestre.

OTRAS CUESTIONES :