



**DEPARTAMENTO DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES
CARRERA DE RELACIONES PÚBLICAS**

Cátedra: 2709

Ciclo 2017

Programa de la Asignatura:

RELACIONES PÚBLICAS II

FUNDAMENTACIÓN:

Si consideramos aquel primer axioma de la teoría de la Comunicación Humana del Dr. Paul Watzlawick: “es imposible no comunicar”, podríamos proponer que la vida de las organizaciones, en cuanto a su concepción de proyección y desarrollo se refiere, se presenta como un constante devenir de principios y objetivos, los primeros a instalar, los segundos a lograr.

La finalidad de la asignatura Relaciones Públicas II, dentro del programa de la licenciatura en Relaciones Públicas, es la de trabajar de cara a un proceso planificado de impacto comunicacional sobre los diferentes públicos y, especialmente, reconociendo el valor que posee la labor de la Relaciones Públicas en el contexto organizacional, en las situaciones de crisis; en la relación con los poderes públicos; en las comunicaciones internas estratégicas, tanto en las formales como en las informales; en el impacto del posicionamiento que proyectan los programas y campañas de Responsabilidad Social Corporativa.

Si consideramos que estamos en las postrimerías de la proyección de un saber llamado tanto ciencia, como arte, técnica o disciplina, el cual tiene su albor inicial a inicios del siglo pasado cuando, en 1904 Ivy Lee abre la primera oficina de *publicity* o servicio de prensa en Nueva York, y su especializado, en 1906, cuando desarrolla la primera gestión de crisis constatada de la historia moderna, a partir del accidente de la Pennsylvania Railroad Company, pasando por la revolucionaria acepción de Edward L. Bernays, quien en la década de 1920 definió la labor del consultor en Relaciones Públicas y en los años 1950's definió esta profesión como la “ingeniería del consentimiento”, la arquitectura

por la medio de la cual se busca que los públicos den su apoyo o se identifiquen con determinadas situaciones, ideas o propuestas; es que estamos, sin duda alguna, en camino de poder remarcar que las Relaciones Públicas se avizoran como una filosofía social expresada en decisiones políticas de trascendental importancia para hacer realidad la visión y misión de una organización.

Así, imaginar una atrayente reputación organizacional que de marco a un fundado posicionamiento organizacional, sin contemplar a la estrategia comunicacional aportada por la Relaciones Públicas, como principio de base, sería una verdadera utopía.

En tal sentido, la asignatura Relaciones Públicas II proyecta investigar, analizar, planificar, implementar y evaluar las estrategias de comunicación organizacional tendientes a darle basamento y proyección al vínculo interrelacionar entre las organizaciones y los públicos con que se vinculan, ante la manifiesta e inevitable evidencia de que “es imposible no comunicar”.

OBJETIVOS ESTRUCTURALES:

- Incentivar los conocimientos previos de los estudiantes sobre los temas específicos de la disciplina, de los autores y sus tiempos, del mundo social, de las acciones humanas y de las estructuras lingüísticas.
- Analizar las implicaciones y establecer un marco de comprensión y de entendimiento sobre el paradigma de las organizaciones como sistemas abiertos para las Relaciones Públicas.
- Comprender las principales funciones de las Relaciones Públicas.
- Construir una férrea guía de saberes técnicos y empíricos sobre la planificación, implementación y evaluación de los sistemas de comunicación en las organizaciones.
- Colaborar con cada estudiante en la definición de su perfil técnico - profesional.
- Identificar conceptos y procedimientos como los paradigmas de Gestión de Issues y Crisis Management en sus contextos de acción.
- Ofrecer estrategias adecuadas para la planificación e implementación de las Relaciones Públicas en el entorno digital de los medios sociales online.

- Fomentar el desarrollo de una conciencia ciudadana en el marco de la responsabilidad social empresaria.
- Promover conceptualizaciones más profundas e inclusivas en cuanto a las estrategias de acción de las Relaciones Públicas en el campo de los asuntos públicos y las comunicaciones gubernamentales.
- Fortalecer el pensamiento analítico de cada estudiante fomentando el criterio reflexivo, sustentado sobre argumentos sólidos.

UNIDADES DIDÁCTICAS: EJES TEMÁTICOS

UNIDAD I: RELACIONES PÚBLICAS EN LAS ORGANIZACIONES

UNIDAD II: COMUNICACIONES INTERNAS

UNIDAD III: COMUNICACIÓN NO OFICIAL Y RUMOR

UNIDAD IV: GESTIÓN DE CONFLICTO Y COMUNICACIÓN DE CRISIS

UNIDAD V: RELACIONES PÚBLICAS DIGITALES

UNIDAD VI: RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

UNIDAD VII: ASUNTOS PÚBLICOS Y RELACIONES GUBERNAMENTALES

UNIDADES DIDÁCTICAS: CONTENIDOS ESPECÍFICOS

UNIDAD I: **RELACIONES PÚBLICAS EN LAS ORGANIZACIONES**

Las organizaciones como sistemas abiertos. El comportamiento humano en las organizaciones. El sentido de la integridad. Las audiencias de una empresa: la función del comunicador de la empresa. Credibilidad y reputación de la empresa. Cultura, personalidad e identidad organizacional. Autoorganización y paradigmas en el análisis organizacional. Conceptos y características de las estructuras. Rasgos de la cultura organizacional. Significación y operación en la organización. Modelos internos de la organización. Identidad, Imagen, comunicación y reputación corporativa. Branding corporativo.

UNIDAD II: **COMUNICACIONES INTERNAS**

Comunicaciones internas, formales, directas e indirectas. Los procesos comunicacionales de las organizaciones: funciones, procesos y bases.

Comunicación interpersonal, grupal y organizacional. El concepto de “cliente interno”. Sistemas de comunicación interna en las organizaciones. Una doble necesidad: lo formal y lo informal. Optimización: convicción, aprendizaje, voluntad, motivación. Herramientas e instrumentos formales de comunicación: Manual de inducción - manual de la empresa. Manual de procedimiento. Manual de Identidad Corporativa. *House Organ. Newsletter*. E-Com. Intranet. Definición del tipo de público al cual va dirigido. Medios de difusión limitados. Comunicación interna y nuevas tecnologías Programas de motivación e incentivo. ECL: encuesta de clima laboral. Valoración de desempeño: comunicación y competencias.

UNIDAD III: COMUNICACIÓN NO OFICIAL Y RUMOR

Comunicación informal. El rumor. Definiciones. Condiciones básicas del rumor: importancia y ambigüedad. Una deliberación colectiva. Lo verdadero y lo falso. Proyección complementaria y directa. Transmisión del rumor: el rumor es una noticia; hablar para saber, para convencer, para liberarse, para agradar, hablar por hablar. Eficacia persuasiva del rumor: de fuente fidedigna. Los marcos de referencia. El poder de la repetición. El poder de las pruebas. El mensaje. Componentes del testimonio: percibir, recordar e informar. Esquema básico de la deformación: nivelación, acentuación y asimilación. El rumor y la sociedad. Memoria individual y memoria social. La acción anti-rumor. Técnicas para contrarrestar sus efectos.

UNIDAD IV: GESTIÓN DE CONFLICTO Y COMUNICACIÓN DE CRISIS

Riesgo: concepto. Sociedades de riesgo. Crisis y contingencia. Conceptos. Tipos de crisis en las organizaciones. Issues. Definición. Gestión de Issues. Matrices de análisis de riesgo. Crisis Management. Pasos. Manual de crisis. Estudio de casos.

UNIDAD V: RELACIONES PÚBLICAS DIGITALES

El Homo Digitalis. Características de su entorno. El poder del nuevo consumidor conectado. Los medios sociales on - line. Características El nuevo Paradigma de la Comunicación. Gestión de Medios Sociales. Estudio de Casos. Las crisis en el entorno digital.

UNIDAD VI: RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

El impacto de la ética sobre el desarrollo. El capital social y la cultura: las dimensiones postergadas del desarrollo. Hacia una nueva visión de la política social en la Argentina. Surgimiento de la RSE. ¿Qué es la RSE? Aplicación de la responsabilidad social: concepto equilibrado de la firma. Necesidad de la RSE. “Entre el pragmatismo y las buenas intenciones”.

UNIDAD VII: ASUNTOS PÚBLICOS Y RELACIONES GUBERNAMENTALES

¿Qué son los asuntos públicos? Alcances y funciones. Comprender el sistema político. Actividades legislativas. Política entre las bases populares. Actividades reguladoras. Asuntos públicos estatales y locales. Comunicación política interna. Asuntos públicos gubernamentales: Importancia y envergadura de las relaciones públicas gubernamentales. Función de las relaciones públicas gubernamentales. Práctica de las relaciones públicas gubernamentales. Política y gobierno. Relaciones gubernamentales. Lobby o cabildeo. Campañas electorales. Asuntos públicos en el gobierno.

BIBLIOGRAFÍA ESPECÍFICA POR UNIDAD TEMÁTICA (Bibliografía Obligatoria)

UNIDAD I: RELACIONES PÚBLICAS EN LAS ORGANIZACIONES

- LATTIMORE, Dan y Otros. “Relaciones públicas profesión y práctica”. Ed. Mc Graw Hill. México. 2008.
- CAPRIOTTI, Paul: “Branding corporativo. Fundamentos para la gestión estratégica de la Identidad Corporativa”, Colección de libros de Empresa. Santiago, Chile. 2009.
- ETKIN y SCHVARSTEIN: “Identidad de las organizaciones”. Ed. Paidós. Argentina. 1997.
- REY LENNON, Federico y Javier BARTOLI PIÑERO, “Reflexiones sobre el Management de la Comunicación”. La Crujía ediciones. Buenos Aires. (2008) 2015.

- REY LENNON, Federico: "El Síndrome de Funes. La Comunicación Corporativa en el Siglo XXI". Rey Lennon Ediciones – Comunicación. Buenos Aires. 2014.

-

UNIDAD II: COMUNICACIONES INTERNAS

- AGUADERO, Francisco: "Comunicación Social Integrada". Ed. El Ateneo. Bs. As. 1983.
- BARTOLI, Annie: "Comunicación y Organización". Ed. Paidós. Bs. As. 1982.
- BRANDOLINI; Alejandra; GONZALEZ FRÍGOLI, Martín y HOPKINS, Natalia: "Comunicación Interna". Ediciones Dircom – la Crujía apero. Bs. As. 2009
- GARCIA JIMENEZ, Jesús: "La comunicación Interna". Ed. Diaz de Santos. Madrid. 1998
- KREPS, Gary: "La comunicación en las organizaciones". Ed. Addison-Wesley Iberoamericana. U.S.A., 1995.

UNIDAD III: COMUNICACIÓN NO OFICIAL Y RUMOR

- ALLPORT y POSTMAN: "Psicología del Rumor". Ed. Psique. Bs. As. 1983.
- GARCIA JIMENEZ, Jesús: "La comunicación Interna". Ed. Díaz de Santos. Madrid. 1998
- KAPFERER, Jean Noel: "Rumores". Ed. Emecé. Bs. As. 1990.
- RITTER, Miguel: "El rumor: un análisis epistemológico". Trabajo de tesis. Buenos Aires. 2000
- MONASTERIO, Diego: Cap. 9 "Rumor y Relaciones Públicas". "Selecciones de Relaciones Públicas". Ed. Consejo Profesional de Relaciones Públicas – ADUGREP. Buenos Aires. 2012

UNIDAD IV: GESTIÓN DE CONFLICTO Y COMUNICACIÓN DE CRISIS (ISSUES MANAGEMENT)

- WILCOX, Dennis y Otros: "Relaciones Públicas. Estrategias y tácticas". Ed. Pearsons Educación. Madrid. 2006.
- REY LENNON, Federico: "El Síndrome de Funes. La Comunicación Corporativa en el Siglo XXI". Rey Lennon Ediciones – Comunicación. Buenos Aires. 2014.

- REY LENNON, Federico y Javier BARTOLI PIÑERO, “Reflexiones sobre el Management de la Comunicación”. La Crujía ediciones. Buenos Aires. (2008) 2015.

UNIDAD V: RELACIONES PÚBLICAS DIGITALES

- REY LENNON, Federico (2016) “Relaciones Públicas y medios sociales digitales” en RIHUMSO Vol 2, nº 10, año 5, Noviembre de 2016, pp. 33- 47.
[Vol. 2, Núm. 10 \(2016\)](#)
- CENTENO, Matías (compilador) “Vida digital. Nuevos medios, sociedad y transformaciones”. Ediciones INTA. San Luis. 2013
http://inta.gob.ar/documentos/vida-digital-nuevos-medios-sociedad-y-transformaciones/at_multi_download/file/Libro%20vida%20digital.pdf
- SCOLARI, CARLOS A. (2013) – “Narrativas Transmedia”. Barcelona: Grupo Planeta. (epub).

UNIDAD VI: RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

- KLIKSBURG, Bernardo: “Más ética, más desarrollo”. Temas Grupo Editorial. Buenos Aires. 2004.
- CANTARELLI, Julieta y Otros: “Responsabilidad Social empresaria: miradas argentinas”. EDUCC - Ed. Universidad Católica de Córdoba. Córdoba. 2004.
- REY LENNON, Federico: “El Síndrome de Funes. La Comunicación Corporativa en el Siglo XXI”. Rey Lennon Ediciones – Comunicación. Buenos Aires. 2014.
- REY LENNON, Federico y Javier BARTOLI PIÑERO, “Reflexiones sobre el Management de la Comunicación”. La Crujía ediciones. Buenos Aires. (2008) 2015.

UNIDAD VII: ASUNTOS PÚBLICOS Y RELACIONES GUBERNAMENTALES

- LATTIMORE, Dan y Otros: “Relaciones públicas profesión y práctica”. Ed. Mc Graw Hill. México. 2008.
- WILCOX, Dennis y Otros: “Relaciones Públicas: Estrategias y tácticas”. Ed. Pearsons Educación. Madrid. 2006.

- REY LENNON, Federico y Javier BARTOLI PIÑERO, “Reflexiones sobre el Management de la Comunicación”. La Crujía ediciones. Buenos Aires. (2008) 2015.

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES:

1ra. clase	UNIDAD I	RELACIONES PÚBLICAS EN LAS ORGANIZACIONES (1ra parte)
2da. clase	UNIDAD I	RELACIONES PÚBLICAS EN LAS ORGANIZACIONES (2da. parte)
3ra. clase	UNIDAD IV	GESTIÓN DEL CONFLICTO Y COMUNICACIÓN DE CRISIS (1ra. parte) Estudio de casos
4ta. clase	UNIDAD IV	GESTIÓN DEL CONFLICTO Y COMUNICACIÓN DE CRISIS (2da. parte)
5ta. clase	UNIDAD V	RELACIONES PÚBLICAS 2.0 (1ra. parte). Entrega 1º TP
6ta. clase	UNIDAD V	RELACIONES PÚBLICAS 2.0 (2da. parte). Estudio de casos
7ma. clase	UNIDAD V	RELACIONES PÚBLICAS 2.0 (3da. parte). Entrega 2º TP
8va. clase	UNIDAD VII	ASUNTOS PÚBLICOS Y RELACIONES GUBERNAMENTALES (1ra. parte)
9na. clase	UNIDAD III	ASUNTOS PÚBLICOS Y RELACIONES GUBERNAMENTALES (2da. parte)
10ma. clase	UNIDAD VI	ASUNTOS PÚBLICOS Y RELACIONES GUBERNAMENTALES (3ra. parte) Entrega 3º TP
11ra. clase	UNIDAD VI	COMUNICACIONES INTERNAS
12da. clase	UNIDAD VII	COMUNICACIÓN NO OFICIAL Y RUMOR Estudio de casos
13ra. clase	UNIDAD VI	RESPONSABILIDAD SOCIAL (1ra. parte)
14ta. clase	2do. parcial	Evaluación escrita
15ra. clase	UNIDAD VI	RESPONSABILIDAD SOCIAL (2da. parte)

16ta. clase	Recuperatorio	Entrega de notas y firma de libretas
-------------	---------------	--------------------------------------

METODOLOGÍA DE PLANIFICACIÓN Y LABOR PEDAGÓGICA:

Para la parificación de las 16 clases cuatrimestrales, en la asignatura se plantean 3 (tres) reuniones de equipo de trabajo básicas:

La primera se implementa 30 (treinta) antes del inicio de cada cuatrimestre. En ella se abordan temáticas referidas al relevamientos y propuestas de actualización curricular, sistemas de enfoque para el cumplimiento de los objetivos de tratamiento y análisis teórico, sus modelos de abordaje, dinámicas de trabajo para la labor práctica, metodologías de evaluación. Se debate sobre la actual organización curricular y sus desafíos en el contexto de la formación general, especializada, su orientación hacia la el mercado laboral y su desarrollo científico-tecnológico.

La segunda reunión se prevé para mediados de cada cuatrimestre. En ella se realiza un diagnóstico sobre la evolución de cada cursada. La tercera reunión se planifica para el cierre de cada cuatrimestre. En ella se mide el cumplimiento de objetivos, se plantean revisiones y se tratan nuevas consideraciones

MODALIDADES DEL PROCESO DE ORIENTACIÓN DEL APRENDIZAJE:

Visto la importancia que reviste para el futuro licenciado en Relaciones Públicas la profundización sobre los conocimiento vinculados con el saber disciplinar, las clases semanales girarán en torno a las exposiciones, por parte del / de los docente/s, sobre los contenidos conceptuales de las unidades temáticas propuestas, con transposición en temas de actualidad; abriendo debates sobre los tópicos abordados, promoviendo la realización de trabajos prácticos que contribuirán a la mayor comprensión y afianzamiento de los contenidos trabajados.

MODALIDAD DE CURSADO:

Presencial. Clases generales expositivas. Resolución grupal de ejercicios prácticos.

EVALUACIONES:

Para aprobar la presente asignatura, todo estudiante debe realizar y obtener nota similar o superior a la establecida en el régimen de promoción, en las siguientes actividades:

- una evaluación parcial escrita, la cual será determinante de la primera nota a consignar en la planilla final de cursada.
- y tres talleres de análisis de casos. Las evaluaciones prácticas, promediadas, conformarán la segunda nota a consignar en la planilla final de cursada.

Todo estudiante podrá recuperar solo una de las evaluaciones dispuestas para aprobar la asignatura.

RÉGIMEN DE PROMOCIÓN:

Siguiendo lo establecido por la Ordenanza N° 009 del Honorable Consejo Superior de la UNLaM, fechada el 19/03/99, en el Anexo I, para la promoción de la asignatura Relaciones Públicas II se establece:

- ◆ Asistencia a clases no inferior al 75 %;
- ◆ Por ser una materia de cursado cuatrimestral, se tomarán dos evaluaciones existiendo sólo una instancia recuperatoria.
- ◆ Los exámenes y el recuperatorio se entenderán "aprobados" cuando la calificación sea igual o superior a 7 (siete) en una escala de 0 a 10 puntos.
- ◆ La asignatura Relaciones Públicas II será "aprobada" cuando las evaluaciones, ya sea en primera instancia o por examen recuperatorio - cuya calificación anula y reemplaza a la que se hubiere obtenido en la evaluación parcial que se recupera -, sean aprobados. Se tendrá derecho a rendir examen recuperatorio cuando una evaluación parcial resultare "aplazada" (calificación: 3 ó menos puntos) o "desaprobada" (4, 5, ó 6 puntos).
- ◆ Si la calificación final, calculada como promedio de las evaluaciones (o el recuperatorio correspondiente) rendidas y no aplazadas, resultare de 4 (cuatro), 5 (cinco) o 6 (seis) puntos, se entenderá la asignatura como "cursada" gozando el alumno de 5 (cinco) turnos consecutivos de examen

Programa de estudio de la asignatura: Relaciones Públicas II

final en el que podrá aprobar la materia con una calificación no inferior a 4 (cuatro) puntos.

Dr. Federico Rey Lennon y Lic. Diego L. Monasterio