



Universidad Nacional de La Matanza

Florencio Varela 1903 - San Justo - Buenos Aires - Argentina

DEPARTAMENTO DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES

CARRERA DE RELACIONES PÚBLICAS

Programa de la Asignatura: RELACIONES PÚBLICAS II

1º y 2º Cuatrimestre de 2012

Cátedra:

Prof. Adjunto: Lic. Carlos Raúl Castro Zuñeda

JTP: Lic. Gabriel Stortini

AUX1: Lic. María Fernanda Rodríguez y Lic. Carla Mariel Vara

Carga Horaria: 4 horas semanales de cursado cuatrimestral

1) Fundamentación

La asignatura está orientada a lograr que los alumnos puedan conocer y analizar las herramientas y medios que las Relaciones Públicas ponen a disposición de las organizaciones para la consecución de sus acciones institucionales en función de sus públicos.

2) Objetivos Estructurales

- Lograr la comprensión de las principales funciones de las Relaciones Públicas a partir del conocimiento de los públicos;
- Comprender, administrar e implementar las herramientas que deberán utilizar en la gestión de la identidad e imagen corporativa;
- Articular las actividades de Relaciones Públicas desde las perspectivas teóricas y prácticas;

Departamento de Humanidades y Ciencias Sociales

Programa de Estudio · Relaciones Públicas II

- Integrar los conocimientos adquiridos con otras asignaturas troncales y no troncales de la carrera.

3) Unidades Didácticas

a) Contenidos Temáticos por Unidad Didáctica

Unidad I

Las Relaciones Públicas en el proceso de la comunicación de las organizaciones.

Comunicaciones institucionales (Relaciones Públicas) y Comunicaciones de Marketing (Publicidad, Técnicas Promocionales, Patrocinio, Sponsoring). Su integración; Organización estructural de las Relaciones Públicas. Las DIRCOM. Las consultoras; Identidad, Imagen y Reputación; Públicos. Mapa de públicos.

Unidad II

Relaciones Públicas Internas.

Los públicos internos. Definición. Segmentación; Estrategias de relaciones y comunicaciones; Herramientas, medios y soportes. Intranet.

Unidad III

Relaciones Públicas Políticas.

Público Gobierno/Partidos Políticos/Sindicatos/Grupos ciudadanos;
Proceso de formación de las leyes. Decretos de necesidad y urgencia;
Gestiones públicas; Lobby. Grass roots program.

Unidad IV

Relaciones Públicas Sociales.

Público comunidad; Responsabilidad Social Empresaria; Sentido restringido / Sentido amplio; Herramientas y medios; Balance Social.

Unidad V

Relaciones con la prensa.

El público periodista; Los medios de prensa; El sistema de medios en la Argentina; Estrategias de relación; Campañas de prensa; Conferencia de prensa; Comunicados, Artículos, Q&A; Publicidad Institucional.

Unidad VI

Relaciones Públicas de Autodefensa.

Issues Management / Risk Management / Crisis Management.

Crisis. Gestión de crisis. Definición y características. Tipologías. Estrategias y tácticas. Plan de comunicación de crisis. Comité de crisis.

Unidad VII

Relaciones Públicas Financieras.

Público financiero; Estrategias y tácticas de Relaciones Públicas Financieras; Memoria y Balance. Folletos institucionales. Prensa Financiera.

b) Bibliografía Específica por Unidad Temática (Bibliografía Obligatoria)

Unidad I

CASTRO ZUÑEDA, Carlos. FICHA DE UNIDAD N°1. Módulo de Públicos: Capriotti, Cap. 2; Grunig, Cap. 7; Villafañe, Cap. 6.

BÁRTOLI, Annie (1992) *Comunicación y Organización*. Barcelona: Paidós.

GRUNIG, J., HUNT, T., (2000) *Dirección de Relaciones Públicas*, Barcelona: Gestión.

WEIL, Pascal (1992) *La Comunicación Global*. Barcelona: Paidós.

Material adicional: Apuntes Opinión Pública.

Unidad II

CASTRO ZUÑEDA, Carlos. FICHA DE UNIDAD N°2

ELÍAS, Joan, MASCARAY, José. *Mas allá de la Comunicación Interna: La Intracomunicación*. Barcelona: Gestión 2000.

PIÑUEL, J. L., WESTPHALEN, M. H. (1993) *La dirección de comunicación*. Madrid: Ediciones del Prado.

Apunte sobre Intranet: www.intranetttotal.com

Unidad III

CASTRO ZUÑEDA, Carlos. FICHA DE UNIDAD N°3

Constitución de la Nación Argentina.

ALONSO PIÑEIRO, Armando. *El quinto poder. Teoría y práctica del Lobbying*.

GRUNIG, J., HUNT, T., (2000) *Dirección de Relaciones Públicas*, Barcelona: Gestión.

Material adicional: Comisiones del Senado de la Nación Argentina. Reglamento General de Audiencias Públicas para el PEN. Reglamento General para la Publicidad de la Gestión de Intereses en el ámbito del PEN. Reglamento General para la Elaboración Participativa de Normas. Anteproyecto de Ley Publicidad de la Gestión de Intereses.

Unidad IV

CASTRO ZUÑEDA, Carlos. FICHA DE UNIDAD N° 4

BLACK, Sam (1994) *ABC de las Relaciones Públicas*. Barcelona: Gestión 2000.

Unidad V

CASTRO ZUÑEDA, Carlos. FICHA DE UNIDAD N°5

AMADO SUÁREZ, Adriana (2010) *Prensa y Comunicación*. Buenos Aires: La Crujía.

AMADO SUÁREZ, A., CASTRO ZUÑEDA, C. (1999) *Comunicaciones Públicas. El modelo de la comunicación integrada*. Buenos Aires: Temas.

PIÑUEL, J. L., WESTPHALEN, M. H. (1993) *La dirección de comunicación*. Madrid: Ediciones del Prado.

WOLF, Mauro (1991) *La investigación de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós.

Unidad VI

CASTRO ZUÑEDA, Carlos. FICHA DE UNIDAD N°6

AMADO SUÁREZ, A., CASTRO ZUÑEDA, C. (1999) *Comunicaciones Públicas. El modelo de la comunicación integrada*. Buenos Aires: Temas.

GRUNIG, J., HUNT, T., (2000) *Dirección de Relaciones Públicas*, Barcelona: Gestión.

LATTIMORE, D., BASKIN, O., HEIMAN, S., TOTH, E. (2008) Relaciones Públicas. Profesión y práctica. México: McGraw Hill.

Material adicional: Obligaciones negociables.

Unidad VII

CASTRO ZUÑEDA, Carlos. FICHA DE UNIDAD N°7

GONZÁLEZ HERRERO, Alfonso (1998) *Marketing Preventivo. La comunicación de crisis en la empresa*. Barcelona: Bosch Comunicación.

PIÑUEL, J. L., WESTPHALEN, M. H. (1993) *La dirección de comunicación*. Madrid: Ediciones del Prado.

ARANEO (Comp.). (2001) *El Poder de la Comunicación Institucional II*. Buenos Aires: Comunicación Empresaria S.A.

4) Bibliografía General

AMADO SUÁREZ, Adriana (2010) *Prensa y Comunicación*. Buenos Aires: La Crujía.

COSTA, Joan. *La Comunicación en acción*. Paidós.

PAVLIK, John. *Investigación en Relaciones Públicas*. Gestión 2000.

GRUNIG, James, HUNT, Todd. *Dirección de Relaciones Públicas*. Gestión 2000.

5) Cronograma de Actividades

Clase N° 1.	Unidad 1.	Introducción. Contenido primera parte.
Clase N° 2.	Unidad 1.	Segunda parte. Análisis de un caso: video ARCO.
Clase N° 3.	Unidad 2.	Contenido marco teórico. Primera parte.
Clase N° 4.	Unidad 2.	Segunda parte. Presentación Video Bank Boston.
Clase N° 5.	Unidad 3.	Contenido marco teórico. Análisis de un Caso.
Clase N° 6.	Unidad 3.	Contenido marco teórico. Primera parte.

Clase N° 7.	PRIMER PARCIAL ESCRITO.
--------------------	--------------------------------

Clase N° 8.	Unidad 4 y 5.	Marco teórico.
Clase N° 9.	Unidad 6.	Contenido Teórico.
Clase N° 10.	Unidad 7.	Contenido Teórico. Primera Parte.
Clase N° 11.	Unidad 7.	Contenido teórico. Segunda Parte.
Clase N° 12.	Unidad 8.	Contenido Teórico. Trabajo Práctico
Clase N° 13.	Unidad 9.	Contenido Teórico. Primera Parte.

Clase N° 14. Unidad 9. Contenido Teórico. Segunda Parte.

Clase N° 15. SEGUNDO PARCIAL ESCRITO.
--

Clase N° 16. FIN DE CURSADA. RECUPERATORIO.

6) Modalidades del proceso de orientación del aprendizaje

El curso se desarrolla en forma teórico práctico. Con presentación oral del profesor y participación activa del alumno. Se utilizará presentación de filminas y videos.

7) Modalidad de cursado

Primera parte de la clase teórica; segunda parte práctica. Trabajo práctico en equipos de hasta 5 alumnos.

8) Evaluaciones

Se desarrollará una primer evaluación escrita correspondiente a las primeras cuatro unidades.

La segunda evaluación escrita corresponde a las cuatro últimas unidades y a la recuperación de alumnos ausentes o con desaprobado en la primera evaluación.

9) Régimen de Promoción

Para aprobar la asignatura los alumnos deberán:

- Cumplir con el 75% de asistencia;
- Aprobar las dos evaluaciones parciales;
- Aprobar los trabajos prácticos y casos analizados.