



DEPARTAMENTO DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES

CARRERA DE RELACIONES PÚBLICAS

Programa de la Asignatura: Planeamiento de las Relaciones Públicas

Año 2017

Prof. Adjunto: Lic. Daniel Yasky

Auxiliares: Lic. Emiliano Loiacono

Carga Horaria: 4 horas semanales de cursado cuatrimestral

1. Fundamentación

La asignatura presenta a los estudiantes la dimensión estratégica de la planificación en Relaciones Públicas, haciendo hincapié en la función directiva del profesional para la definición de políticas. Se analizan las diferentes metodologías y elementos de planificación, y se explican las etapas de un plan de Relaciones Públicas utilizando un patrón de enseñanza de tres capas donde primero se expone al estudiante a una idea, luego se muestra esa idea en marcha para que finalmente, la pueda aplicar por sí solo. El planeamiento estratégico en Relaciones Públicas es clave para el desempeño profesional, en la medida que el relacionista público moderno, no sólo debe saber qué herramientas puede utilizar para la toma de decisiones, la resolución de problemas o la anticipación de escenarios, sino también por qué y cómo debe evaluar sus resultados para cumplir con los objetivos organizacionales y agregar valor a la gestión desde una concepción estratégica de su accionar para que su trabajo sea sustentable.

2. Objetivos Estructurales

- Integrar los conocimientos adquiridos en las materias que componen el plan de estudios de la carrera para poder aplicarlos en un plan estratégico de Relaciones Públicas
- Comprender la importancia de la investigación, el planeamiento y la evaluación para la elaboración de programas de relaciones públicas que tengan un valor estratégico para la gestión.
- Incorporar diversas técnicas y desarrollar habilidades para el análisis de escenarios presentes y futuros que contribuyan a la toma de decisiones dentro de la organización.

3. Unidades Didácticas

Programa de PLANEAMIENTO DE LAS RELACIONES PÚBLICAS

Departamento de Humanidades

Universidad Nacional de La Matanza

UNIDAD I: Conceptos de planeamiento en Relaciones Públicas

Naturaleza y propósitos del planeamiento. El planeamiento. El plan. El programa. Tipos de programas. Modelo de planeamiento en Relaciones Públicas. Etapas del planeamiento: Estructural, logística y Estratégica. Modelos de planeamiento de Marston, Ackoff, Bernays, Simon y Cutlip & Center. El proceso de investigación. Métodos formales e informales de investigación. Informes de campo, entrevistas, análisis de contenido y fuentes on-line. Determinación de la necesidad de un plan. Principios operativos del planeamiento. Planeamiento como sistema. El diagnóstico social en el planeamiento. La auditoría del PLAN. ISSUES /gestión de conflictos potenciales.

Bibliografía:

Blanco Lorenzo A. El Planeamiento. Práctica de Relaciones Públicas. Ed. Ugerman. Bs Aires, 2000
Matilla Kathy. Issues Management. Más allá de la Gestión de Conflictos Potenciales. Universidad Ramón Llull. Barcelona, España, 2010

UNIDAD II: Issues Management. La Gestión de Conflictos Potenciales.

Issues Management. Antecedentes conceptuales. El conflicto. El Modelo de Motivación Mixta y el Modelo Simétrico de Motivación Mixta. *Issue*: un concepto polisémico. El proceso de Issues Management y su ciclo de vida. Issues Management vs Lobbying. El Issues Management hoy. La comunicación política. Las relaciones con los medios de comunicación. La mediatización de la política. Los dispositivos de la netpolitica. Las contradicciones de la comunicación política.

Bibliografía:

Matilla Kathy. Issues Management. Más allá de la Gestión de Conflictos Potenciales. Universidad Ramón Llull. Barcelona, España, 2010.
Grunig James y E. Hunt Todd. Dirección de Relaciones Públicas. Ediciones Gestión 2000, S.A. Barcelona, 2000.

UNIDAD III: La estrategia y el pensamiento estratégico

Definición de Estrategia. Finalidad de la estrategia. Medios de la estrategia. Modelos estratégicos. Principios estratégicos. Decisión estratégica. Subdivisión de la estrategia. La mente del estratega. ¿De qué hablamos cuando hablamos de estrategia? Pensar la estrategia. La jungla estratégica: Palabras, conceptos y paradigmas. Cambio de paradigma: de la fragmentación a la complejidad. Cambio de sujeto: Del actor racional al ser humano relacional. Cambio en la organización: De la producción a la significación y a la innovación. Cambio en el enfoque: Del conflicto a la articulación. Cambio en la matriz: De la economía a la comunicación

Bibliografía:

Perez Rafael. Pensar la estrategia. Editorial la cruzía. Buenos Aires. 2012.
Mintzberg, Henry y otros. El Proceso Estratégico. Conceptos, Contextos y Casos. Editorial Prentice-Hall. Mexico, 1997

UNIDAD IV: El planeamiento y la toma de decisiones

Modelos de planeamiento. La estructura del plan y sus elementos. Planificación, programación y control. Tipos de plan. La toma de decisiones. El proceso de toma de decisiones (PTD). La molécula conductual. Conducta y conductas. Segmentos de la molécula conductual. La investigación en la molécula. Técnicas de planeamiento. Calendarización. Diagrama de Gantt. Método del Camino Crítico (CPM). Programa de evaluación y desarrollo de tareas (PERT). El uso del Project. Asignación de recursos y presupuesto.

Bibliografía:

Grunig James y E. Hunt Todd. Dirección de Relaciones Públicas. Ediciones Gestión 2000, S.A. Barcelona, 2000.
Blanco Lorenzo A. El Planeamiento. Práctica de Relaciones Públicas. Ed. Ugerman. Bs Aires, 2000

UNIDAD V: La planificación estratégica y las relaciones públicas

Conceptos fundamentales de la planificación estratégica. Estrategia y comunicación estratégica. Comunicación persuasiva vs comunicación estratégica. Planificación vs programación. Misión, metas y objetivos. Políticas y estrategias. Estrategias y tácticas. Técnicas y tácticas. Ejecución de la planificación estratégica. Planificación estratégica. Dirección estratégica. Programa o plan de acción. Función estratégica de las Relaciones Públicas.

Bibliografía:

Matilla Kathy. Los modelos de planificación estratégica en la teoría de las relaciones públicas. UOC. Barcelona, 2008
Scheinsohn, Daniel. El poder y la acción. Editorial Granica. Buenos Aires. 2011

UNIDAD VI: Las etapas de la planificación estratégica en Relaciones Públicas

Diagnóstico de situación. Plan de contingencias vs acción prospectiva. Personalidad corporativa. Modelo estratégico. El modelo RACE como matriz del planeamiento en Relaciones Públicas. Dirección por objetivos y método RACE. Investigación. Investigación, información y análisis. La investigación social. Tipologías de investigación social. Investigación y auditorías. La comunicación. El presupuesto. Calendario de actuación. Plan de contingencia. Modelos de planificación estratégica en Relaciones Públicas basados en el modelo RACE.

Bibliografía:

Matilla Kathy. Los modelos de planificación estratégica en la teoría de las relaciones públicas. UOC. Barcelona, 2008

Scheinsohn, Daniel. El poder y la acción. Editorial Granica. Buenos Aires. 2011

UNIDAD VII: La comunicación estratégica en el desarrollo del PLAN

Estrategizar la comunicación. Desarrollo de Comunicaciones tácticas y comunicaciones estratégicas. Pensamiento estratégico y pensamiento táctico. Transdisciplina: Nueva mirada. El enfoque sistémico en la comunicación. La comunicación en el vértice del poder. La dirección de comunicación estratégica. El ser humano en el centro de la comunicación estratégica. El abordaje de la comunicación estratégica.

Bibliografía:

Scheinsohn, Daniel. El poder y la acción. Editorial Granica. Buenos Aires. 2011

Capriotti Paul. Planificación estratégica de la imagen corporativa. Ariel Comunicación. Barcelona, 1999.

UNIDAD VIII: La investigación y el diagnóstico.

Utilidad de la investigación. La auditoría de Relaciones Públicas. Diagnóstico social. Diagnóstico de tendencias e Issues management. Diagnóstico de las relaciones. Diagnóstico de la comunicación. La investigación cualitativa. La entrevista en profundidad. Los juegos de rol. Los focus group. La investigación cuantitativa. Análisis de contenido. Encuestas. Mapeo de la WEB

Bibliografía:

Xifra, Jordi. Planificación estratégica de las relaciones públicas. Paidós. Barcelona. 2005

Sanz de la tajada, Luis. Auditoría de la imagen de empresa. Ed. Síntesis. Madrid. 1996

Van Peborgh, Ernesto. Odisea 2.0 las marcas en los medios sociales. La crujía. Buenos Aires, 2012

UNIDAD IX: La gestión de la comunicación estratégica en la era digital

Las áreas de gestión de la comunicación. Diferentes tipologías de públicos y stakeholders. Relaciones institucionales y con la comunidad. Relaciones con los medios. Cybercomunicaciones y multimedia. Administración de datos. Branding. Brandstreaming: Estrategia. Pilares de la estrategia en redes. Mapeo de la WEB. Narrativa transmedia. Convergencia de medios.

Bibliografía:

Scheinsohn, Daniel. El poder y la acción. Editorial Granica. Buenos Aires. 2011
Grunig James y E. Hunt Todd. Dirección de Relaciones Públicas. Ediciones Gestión 2000, S.A. Barcelona, 2000.
Ferrari, Aparecida y Franca, Fabio. Relaciones públicas. Naturaleza, función y gestión en las organizaciones contemporáneas. La crujía. Buenos Aires.
Scolari, Carlos Alberto. Narrativas transmedia. Grupo planeta. Barcelona. 2013
Van Peborgh, Ernesto. Odisea 2.0 las marcas en los medios sociales. La crujía. Buenos Aires, 2012

UNIDAD X: El desarrollo de un plan de comunicación estratégico

Desarrollo de los pasos de un Plan de Comunicación. Definición de metas y objetivos. Análisis FODA. Definición de tácticas y estrategias. Presupuesto, programas y Calendarización. Auditoria, evaluación y control del Plan. Diferencias entre un plan tradicional y un plan digital. El plan de comunicación digital. La elección de tácticas de comunicación. Desarrollo del plan de comunicación. Herramientas y técnicas a utilizar.

Bibliografía:

Xifra, Jordi. Planificación estratégica de las relaciones públicas. Paidos. Barcelona. 2005
Sanz de la tajada, Luis. Auditoria de la imagen de empresa. Ed. Síntesis. Madrid. 1996

UNIDAD XI: Evaluación, Auditoría de comunicación y control

La importancia de la evaluación. Criterios de evaluación y timing. La auditoría de comunicación. Diferentes tipos de evaluación de un plan de Relaciones Públicas. La auditoría de imagen y de la comunicación. La presentación de reportes de evaluación y control. Los sistemas de métricas a utilizar en el sistema tradicional o el digital. La formación de la base de datos. Los datos como inteligencia de la organización. Interacción con consumidores. Medición de resultados

Bibliografía:

Xifra, Jordi. Planificación estratégica de las relaciones públicas. Paidos. Barcelona. 2005
Sanz de la tajada, Luis. Auditoria de la imagen de empresa. Ed. Síntesis. Madrid. 1996
Van Peborgh, Ernesto. Odisea 2.0 las marcas en los medios sociales. La crujía. Buenos Aires, 2012

4. Cronograma de Actividades

Fechas	Teoricos	Practicos	Actividades
29/3	Nuevas tendencias	Estudio de caso	
5/4	Planificación e Issues	1er TP: Analisis de la Organización /FODA / PESTL	
12/4	Introducción al Planeamiento	Estudio de caso	
19/4	Issues Management	2do TP: Búsqueda de Issues Management	
26/4	Planeamiento de las RR.PP	Presentación del Trabajo Final	
3/5	Públicos	3er TP: Analisis y Situación de los Públicos	
10/5	Planeamiento Estrategico	4to TP : Diseño del Plan (Metas, Estrategia, Objetivos, Tácticas - Mensaje Clave)	
17/5	Comunicación Digital	¿ Comunicación Digital ?	
24/5	Comunicación Estrategica	5to TP: Presupuesto - Calendarización	
31/5	Primer Parcial		
7/6	Brandstreaming: Estrategia	6to TP: Evaulación	
14/6		Tutoria	
21/6		Tutoria	
28/6	Entrega del Trabajo Final		
5/7	Recuperatorio y Presentaciones		

5. Modalidades del proceso de orientación del aprendizaje

Exposiciones en clase con apoyo de material impreso, audiovisual y proyecciones. Se expondrán los conceptos, sustentados en el marco teórico que serán sometidos a un análisis grupal para luego dar ejemplos concretos a través de la presentación de casos y su posterior reflexión y conclusiones. Aplicación de los contenidos en el Trabajo Práctico Final. Trabajo en clase con casos actuales y elaboración clase a clase de trabajos prácticos.

6. Modalidades de cursado

Clases interactivas y dialogadas donde se utilizarán ideas disparadoras y casos reales para generar un debate abierto y participativo de los Estudiantes. Durante la cursada, los alumnos deberán presentar 5 trabajos prácticos. También, en grupos de no más de 5 personas, deberán realizar un Trabajo Práctico Final que se presentará en 3 etapas: las dos primeras entregas serán solamente escritas y la tercera etapa constituye la presentación oral y escrita del Trabajo Práctico Final (el Plan de Relaciones Públicas con el cual trabajaron en equipo durante todo el cuatrimestre).

El 50% de la actividad será teórica y el 50% práctica.

7. Evaluaciones

Evaluaciones escritas y una evaluación tanto oral como escrita para la presentación final del Plan de Relaciones Públicas. Es condición excluyente aprobar el trabajo práctico final (7 puntos o más) para la promoción total de la cursada. También se evaluarán los trabajos prácticos previos y las presentaciones previas del plan (por etapas), y la participación en clase.

8. Régimen de Promoción

La materia está inserta en el régimen de Promoción que establece la Universidad, previa aprobación de exámenes parciales, entrega de los trabajos prácticos y desarrollo de un trabajo practico integrador.

BIBLIOGRAFIA OBLIGATORIA y de CONSULTA.

- Amado Suarez, Adriana. Auditoria de comunicación. La crujía. Buenos Aires. 2008
- Blanco Lorenzo A. El Planeamiento. Práctica de Relaciones Públicas. Ed. Ugerman. Buenos Aires, 2000
- Borea, Fabián y Yasky, Daniel. La toma de decisiones. Ensayo. Universidad Nacional de La Matanza. 2005
- Borea, Fabián y Yasky, Daniel. Teoría de la estrategia. Ensayo. Universidad Nacional de La Matanza. 2008
- Capriotti Paul. Planificación estratégica de la imagen corporativa. Ariel Comunicación. Barcelona, 1999.
- Costa, Joan. Master Dircom. Editorial Design. La Paz, Bolivia. 2005
- Ferrari, Aparecida y Franca, Fabio. Relaciones públicas. Naturaleza, función y gestión en las organizaciones contemporáneas. La crujía. Buenos Aires. 2011
- Grunig James y E. Hunt Todd. Dirección de Relaciones Públicas. Ediciones Gestión 2000, S.A. Barcelona, 2000.
- Matilla Kathy. Los modelos de planificación estratégica en la teoría de las relaciones públicas. UOC. Barcelona, 2008
- Mercier, Arnaud. La comunicación política. La crujía. Buenos Aires. 2012
- Mintzberg, Henry y otros. El Proceso Estratégico. Conceptos, Contextos y Casos. Editorial Prentice-Hall. Mexico, 1997
- Reyes Ponce Agustín. Administración por Objetivos. Ed. Limusa, Mexico, 1971-1980
- Sanz de la tajada, Luis. Auditoria de la imagen de empresa. Ed. Síntesis. Madrid. 1996
- Scheinsohn, Daniel. El poder y la acción. Editorial Granica. Buenos Aires. 2011
- Smith, Ronald. Strategic Planning for Public Relations. 4th ed. Routledge. Nueva York. 2013
- Scolari, Carlos Alberto. Narrativas transmedia. Grupo planeta. Barcelona. 2013
- Van Peborgh, Ernesto. Odisea 2.0 las marcas en los medios sociales. La crujía. Buenos Aires, 2012
- Xifra, Jordi. Planificación estratégica de las relaciones públicas. Paidos. Barcelona. 2005