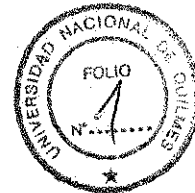




UNIVERSIDAD NACIONAL DE QUILMES
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS SOCIALES
ADMINISTRACIÓN HOTELERA



-PROGRAMA DE CURSO 2003-

CARRERA: Licenciatura en Administración Hotelera

ASIGNATURA: RELACIONES PUBLICAS

UBICACIÓN DE LA ASIGNATURA: Núcleo de Cursos Electivos

DURACION: 1 cuatrimestre

MODALIDAD DE CLASES: Clases virtuales con dos evaluaciones presenciales y dos clases de consulta presenciales.

PROFESOR: Lic. Héctor Raúl Naredo

TIPO DE ASIGNATURA: Modalidad Virtual

OBJETIVOS: El objetivo de esta asignatura lograr que el alumno conozca los principios de comunicación empresarial pero en especial lo referente a la práctica de las Relaciones Públicas tanto en una organización como a nivel personal. El alumno conocerá al final del curso las funciones que desarrolla el área de RRPP de una empresa, como planificarlas y como desarrollar un programa tendiente a su vinculación eficiente con los públicos a través de diferentes medios. Asimismo aprenderá sobre la conformación de la imagen y la relación de la empresa con la opinión pública.



PROGRAMA

Unidad 1 – Conceptos Generales

Definiciones de Relaciones Públicas. Que son y que no son las Relaciones Públicas.
Acciones. Incumbencias profesionales.

Unidad 2 – Orígenes de las Relaciones Públicas.

Breve historia de la profesión. Etapas de su desarrollo. Características de cada momento histórico.

Unidad 3 – Proceso de Comunicación.

Concepto de comunicación. Proceso de comunicación de doble vía. Componentes.
Comunicación verbal y no verbal.

Unidad 4 – Públicos.

Conceptos básicos. Diferentes clasificaciones de los públicos. Público objetivo o público blanco.

Unidad 5 – Las Relaciones Públicas en una organización.

El departamento de RRPP. Las RRPP internas y externas.

Unidad 6 – Como se organiza la función de RR.PP. Organismos internos y externos.

Investigación. Objetivos. Planificación. Coordinación y control. Acción. Evaluación.

Unidad 7 – Medios.

Concepto. Clasificación técnica y clasificación según su público.

Unidad 8 – Qué es un programa de RRPP. Análisis previo. Determinación de Públicos.

Formulación de un programa. Responsabilidades.

Unidad 9 – Imagen.

Qué es la imagen. Como se construye. Relación imagen-realidad. Imagen institucional. Imagen e identidad corporativa. Diferentes factores que forman la imagen. Auditoria de imagen.

Unidad 10 – Cultura organizacional.

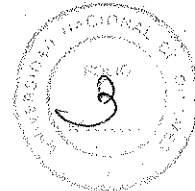
Tipos. Creación. Mantenimiento.

Unidad 11 – Opinión pública.

Conceptos. Importancia. Relación con la institución. Leyes (o principios) de la O.P.

Unidad 12 – Otras formas de comunicación empresarial.

Publicidad. Promoción. Merchandising. Difusión Periodística. Comunicación no comercial (propaganda)



BIBLIOGRAFIA

- ▶▶ Manuel García. “Las Relaciones Públicas” - Editorial Galerna – (1999)
- ▶▶ Fernando Fernández Escalante. “Relaciones Públicas” – Editorial Macchi. (1993)
- ▶▶ José Daniel Barquero Cabrero “Manual de Relaciones Públicas Empresariales e Institucionales” Editorial Gestión 2000 – Barcelona – España – (1999)
- ▶▶ Sam Black “ABC de las Relaciones Públicas” – Ed. Gestión 2000 – Barcelona - España 1996
- ▶▶ Resolución del Ministerio de Educación y Justicia de la Nación Argentina Nro. 1245/88 sobre Incumbencias de la profesión de Relaciones Públicas.
- ▶▶ Raymond Simon – “Relaciones Públicas – Teoría y práctica” – Limusa Noriega Ediciones – México - 1988
- ▶▶ Apuntes de la cátedra.

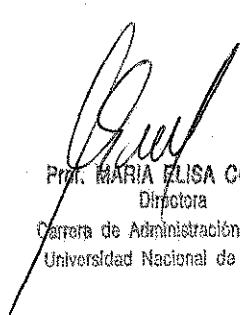
EVALUACION DEL CURSO

La asignatura tiene previsto las siguientes evaluaciones:

- I. Dos exámenes parciales escritos (presenciales) - **P1-P2**
- II. Un trabajo práctico final, individual-**TPF**-
- III. Exámenes integradores para los alumnos que no alcancen el 4 en alguna de ellas
-REC-

En todos los casos para aprobar la asignatura es necesario aprobar el TPF.

Lic. Héctor R. Naredo


Prof. MARIA ELISA COUSTE
Directora
Carrera de Administración Hotelera
Universidad Nacional de Quilmes