



UNIVERSIDAD NACIONAL DE QUILMES
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS SOCIALES
LIC. EN ADMINISTRACIÓN HOTELERA



ASIGNATURA. RELACIONES PUBLICAS

-PROGRAMA DEL CURSO 2005- (Alumnos Regulares)

Ubicación de la asignatura: Ciclo Superior de la licenciatura en Administración Hotelera
Núcleo de Cursos Electivos

DURACION: Un cuatrimestre.

Créditos: 8

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

PROFESOR: Lic. Héctor Raúl Naredo

TIPO DE ASIGNATURA: Teórico-Práctica / 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.

Bibliografía

- Manuel García. "Las Relaciones Públicas" - Editorial Galerna – (1999) Pág 57 a 74
- Fernando Fernández Escalante. "Relaciones Públicas" – Editorial Macchi. (1993) Unidad 2
- Resolución del Ministerio de Educación y Justicia de la Nación Argentina Nro. 1245/88 sobre Incumbencias de la profesión de Relaciones Públicas.

Unidad 2 – Orígenes de las Relaciones Públicas.

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

Bibliografía

- Fernando Fernández Escalante. "Relaciones Públicas" – Editorial Macchi. (1993) pág30 a 39



Unidad 3 – Proceso de Comunicación.

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

Bibliografía

David Berlo – El proceso de comunicación – pág. 18 a 41

Naredo Héctor – Manual del curso – Unidad 3 (disponible en centro copiado)

Unidad 4 – Públicos.

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

Bibliografía

Naredo Héctor – Manual del curso – Unidad 4 (disponible en centro copiado)

Raymond Simon – "Relaciones Públicas – Teoría y práctica" – Limusa Noriega

Ediciones – México – 1988 – Pág. 152 a 161

Fernando Fernández Escalante. "Relaciones Públicas" – Editorial Macchi. (1993) - Unidad 7

Unidad 5 – Las Relaciones Públicas en una organización.

El departamento de RRPP. Las RRPP internas y externas.

Bibliografía

Wragg David – Relaciones Pública para el mercadeo y las ventas – Ed. Legis – 1992 – Unidades 7 y 8

Fernando Fernández Escalante. "Relaciones Públicas" – Editorial Macchi. (1993) Unidad 4

Sam Black "ABC de las Relaciones Públicas" – Ed. Gestión 2000 – Barcelona - España 1996 – Unidad 10

Unidad 6 – Como se organiza la función de RR.PP.

Organismos internos y externos. Investigación. Objetivos. Planificación. Coordinación y control. Acción. Evaluación.

Bibliografía

Fernando Fernández Escalante. "Relaciones Públicas" – Editorial Macchi. (1993) – Unidad 5

Manuel García. "Las Relaciones Públicas" - Editorial Galerna – (1999) – Pág. 8 a 55

Unidad 7 – Medios de comunicación.

Concepto. Clasificación técnica y clasificación según su público. Medios que se utilizan en Relaciones Públicas. Relación con los medios de comunicación.

Bibliografía

Naredo Héctor – Manual del curso – Unidad 7 (disponible en centro copiado)

Fernando Fernández Escalante. "Relaciones Públicas" – Editorial Macchi. (1993) – Unidad 10

Sam Black "ABC de las Relaciones Públicas" – Ed. Gestión 2000 – Barcelona - España 1996 – Unidad 5

Wragg David – Relaciones Pública para el mercadeo y las ventas – Ed. Legis – 1992 – Unidades 2 y 3



Unidad 8 – Qué es un programa de RRPP.

Análisis previo. Determinación de Públicos. Formulación de un programa.

Responsabilidades.

Bibliografía

- Naredo Héctor – Manual del curso – Unidad 8 (disponible en centro copiado)
- Fernando Fernández Escalante. “Relaciones Públicas” – Editorial Macchi. (1993) – Pág 308 a 315

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.

Bibliografía

- Marston John – Relaciones Públicas modernas – Ed. Mc. Graw Hill – Cap. 6
- Wragg David – Relaciones Pública para el mercadeo y las ventas – Ed. Legis – 1992 – Unidad 6
- Scheinsohn Daniel – Comunicaciones estratégicas – Pág. 58 a 65 y 101 a 111
- José Daniel Barquero Cabrero “Manual de Relaciones Públicas Empresariales e Institucionales” Editorial Gestión 2000 – Barcelona – España – (1999) – Pág 509 a 518

Unidad 10 – Cultura organizacional.

Tipos. Creación. Mantenimiento.

Bibliografía

- José Daniel Barquero Cabrero “Manual de Relaciones Públicas Empresariales e Institucionales” Editorial Gestión 2000 – Barcelona – España – (1999) – Cap., 17

Unidad 11 – Opinión pública.

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

Bibliografía

- Fernando Fernández Escalante. “Relaciones Públicas” – Editorial Macchi. (1993) – Cap.3
- Sam Black “ABC de las Relaciones Públicas” – Ed. Gestión 2000 – Barcelona - España 1996 – pág 58 a 63

Unidad 12 – Otras formas de comunicación empresarial.

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

Bibliografía

- Oscar Billorou – Las comunicaciones de marketing – El Ateneo – 1992 – Cap. 3



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. Recuperatorios para los alumnos que no alcancen el 4 en alguna de ellas | -REC- |

De acuerdo a la evaluación en ellos, podrán darse las siguientes alternativas:

Un alumno que obtenga en P1 y P2 notas iguales o superiores a 7 (siete).
En este caso el alumno aprobará directamente la asignatura y el promedio de dichas notas será su nota final, quedando exento de participar de las clases de recuperación.


Un alumno que obtenga en P1 o P2 una nota igual o superior a 4 pero inferior a 7.
En este caso el alumno deberá rendir un coloquio integrador oral y, de aprobarlo esta nota se promediará con el promedio obtenido de la nota anterior. Este coloquio se rendirá al final de la cursada en fecha a determinar y con anterioridad a ello el alumno deberá participar de la o las clases de recuperación que la cátedra indique. Cabe destacar que este caso también es aplicable para los alumnos que habiendo desaprobado el parcial lo hubieran recuperado favorablemente.

Un alumno que obtenga en P1 una nota inferior a 4 y no hubiera recuperado (por ausente o desaprobado) el mismo.

En este caso el alumno quedará automáticamente desaprobado de la asignatura.

Cabe destacar que en todos los casos para aprobar la asignatura es necesario aprobar el TPF.

Lic. Héctor R. Naredo


MARÍA ELISA COUSTE
Docente
Cátedra de Administración Histórica
Universidad Nacional de Quilmes