



UNIVERSIDAD NACIONAL DE QUILMES
ADMINISTRACIÓN HOTELERA
RELACIONES PUBLICAS



-PROGRAMA PARA ALUNOS LIBRES 2003-

CARRERA: Licenciatura en Administración Hotelera

ASIGNATURA: RELACIONES PUBLICAS

CICLO DE ESPECIALIZACION. NUCLEO DE CURSOS ELECTIVOS
CREDITOS. 8

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

El examen libre constará de tres partes:

1. Una primera consistente en un trabajo práctico que deberá presentar en forma escrita 7 días antes del examen. Las consignas del trabajo serán dejadas en la fotocopidora de la Universidad Nacional de Quilmes, a pedido del alumno, quien, deberá contactarse con ~~el área~~ *la dirección de la carrera* con un mínimo de 45 días de anticipación.
2. La segunda consistente en una evaluación escrita
3. Una tercera que será una evaluación oral que podrá incluir preguntas sobre el Trabajo práctico.

El alumno deberá aprobar en primer término su trabajo práctico para pasar a la segunda fase que es evaluación escrita, y de aprobarla accederá al examen



oral. (Por lo tanto la no aprobación de cualquiera de ellos será causal de desaprobación del examen)

El examen se compondrá de preguntas tanto teóricas como prácticas referentes a los temas detallados en el programa anterior. El alumno deberá preparar un tema con el que iniciará la evaluación oral.

Serán tenidos especialmente en cuenta la aplicación de los conocimientos teóricos a situaciones vinculadas con la realidad y la especialidad profesional de la carrera, por lo que la mesa examinadora podrá solicitar la ejemplificación que considere oportuna vinculada a la Hotelería y la Gastronomía. Asimismo, podrán solicitarse la resolución de casos vinculados con la temática del programa.