



UNIVERSIDAD NACIONAL DE QUILMES  
Departamento de Ciencias Sociales  
ADMINISTRACIÓN HOTELERA



## -PROGRAMA DE CURSO 2005-

### (Alumnos Libres)

CARRERA: Licenciatura en Administración Hotelera

### ASIGNATURA: RELACIONES PUBLICAS

Area: Hotelaría

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

Créditos: 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.

#### 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

José Daniel Barquero Cabrero "Manual de Relaciones Públicas Empresariales e Institucionales" Editorial Gestión 2000 – Barcelona – España – (1999) pág 9 a 32

### **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

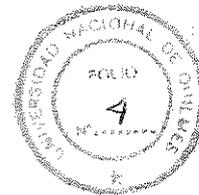
Fernando Fernández Escalante. "Relaciones Públicas" – Editorial Macchi. (1993) –  
Cap.3  
Sam Black "ABC de las Relaciones Públicas" – Ed. Gestión 2000 – Barcelona - España  
1996 – pág 58 a 63

**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

El examen libre constará de tres partes:

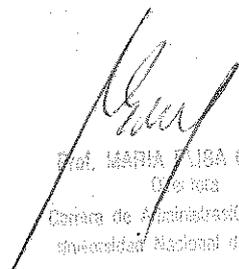
1. Una primera consistente en un trabajo práctico que deberá presentar en forma escrita 7 días antes del examen. Las consignas del trabajo serán dejadas en la fotocopidora de la Universidad Nacional de Quilmes, a pedido del alumno, quien, deberá contactarse con el titular con un mínimo de 30 días de anticipación.
2. La segunda consistente en una evaluación escrita en la fecha del examen para Libres.
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 o bien al Comercio Internacional. Asimismo, podrán solicitarse la resolución de casos vinculados con la temática del programa.

Lic. Héctor Naredo

  
Prof. MARIA ELISA COUSTE  
Catedrática  
Cátedra de Administración Hotelera  
Universidad Nacional de Quilmes