

# RELACIONES PÚBLICAS E INSTITUCIONALES

PROFESORA: LICENCIADA NATALIA TENTI  
AÑO LECTIVO 2009- SEGUNDO SEMESTRE

## PROGRAMA

AÑO LECTIVO: 2009

### ♦ MATERIA

Consignar la modalidad (*asignatura, taller o seminario*)

Relaciones Públicas e Institucionales

### ♦ DEPARTAMENTO

Comunicación

### ♦ CARRERA/S

COMUNICACIÓN

### ♦ TURNO

TARDE

### ♦ RÉGIMEN (ANUAL o SEMESTRAL)

### ♦ SEMESTRE (1° o 2°)

SEMESTRAL (2ª)

### ♦ Asignaturas correlativas previas

### ♦ Asignaturas correlativas posteriores

### ♦ PROFESOR TITULAR

LICENCIADA NATALIA TENTI

### ♦ EQUIPO DOCENTE

### ♦ Adscriptos

### ♦ Ayudantes Alumnos

### ♦ OBJETIVOS

Consignar los logros que se espera que alcancen los alumnos durante el cursado y al finalizarlo

- Comprender y aprender que las relaciones públicas son una herramienta de la comunicación corporativa adaptada de distintas formas y con distintas metodologías, que permiten crear, mantener y cambiar la imagen institucional y de producto adaptando la comunicación a los diferentes públicos de la organización.
- Comprender el diseño y puesta en práctica de todas las etapas que componen un programa integral de RRPP de acuerdo con la institución que se trate.

### ♦ CONTENIDOS

Consignar por Unidad o Bloque temático

#### - UNIDAD I:

- Relaciones Públicas. Definición. Antecedentes históricos. Concepto e importancia de la función de las RRPP. Definiciones, orígenes y

precursores. Diferencias y límites entre RRPP y prensa, publicidad y marketing. Características exclusivas del relacionista público. Perfil y cualidades personales.

- UNIDAD II:

- La organización. Cómo se organiza la función de las RRPP. Investigación, objetivos, planificación y organización, coordinación y control, acción, evaluación.
  - Relaciones públicas internas. Las relaciones con el personal. Los públicos externos. Las relaciones con los clientes, comunidad, accionistas, proveedores, concesionarios, gobierno.

- UNIDAD III:

- Opinión Pública. Definición. Tipos de líderes de opinión. El flujo de opinión. El papel de los medios de comunicación masivos. Persuasión y manipulación. La propaganda política. Lobby. Lobbyista. El papel de la ética en este panorama.

- UNIDAD IV:

- Ceremonial en las RRPP. Definición y ámbito de actividad. Atención al cliente. El teléfono en las RRPP. Cómo dirigir reuniones. Ceremonial escrito. Invitaciones escritas y agasajos ejecutivos. Regalos de negocios. Etiqueta internacional. Precedencia.

♦ **ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS**

Dictado de clases explicativas de los diferentes puntos del programa. Realización de prácticas sobre distintos temas. Estudio de las unidades temáticas a través de la bibliografía y guías de estudio.

♦ **BIBLIOGRAFÍA**

- UNIDAD I:

- Bibliografía: Historia de las RRPP, en recopilado de material web, N. Tenti; Wilcox, Dennis y otros, “Relaciones Públicas. Estrategias y Tácticas”. Sexta Edición, Pearson Educación, SA, Madrid, 2001; “Diccionario de RRPP y Comunicación” Recopilado; Black, Sam, “El ABC de las Relaciones Públicas”, Barcelona, 1994.

- UNIDAD II:

- Bibliografía: Ríos Szalay, Jorge. “Relaciones Públicas. Su administración en las organizaciones”; Fernandez Escalante, F. “Ciencia de la información y RRPP”.

- UNIDAD III:
  - Wilcox, Dennis y otros, “Relaciones Públicas. Estrategias y Tácticas”. Sexta Edición, Pearson Educación, SA, Madrid, 2001
- UNIDAD IV:
  - Bibliografía, Carnegui, D. “Cómo ganar amigos. E influir sobre las personas”. Cosmos, Bs. As. Amado Suarez y Castro Suñeda. “Comunicaciones públicas. El modelo de la comunicación integrada”. BA., Temas Grupo Editorial, 1999.
  - “Comunicación Eficaz”, serie de libros en rústica de Harvard Business Review, Deusto.
  - Tristany, R. y Tristany, M., “Ceremonial Práctico”, El Ateneo, BA, 1994.
  - “Trato y Atención al cliente”, Recopilado.
  - “La organización de eventos: alcances y fines”, “Los eventos como herramienta de comunicación”, “Seis sombreros para pensar un evento”, “¿Qué tiene de eventual un evento?”, Artículos de Evento por evento, página on line.
  - Yager, Jan, “La buena educación en el trabajo”, Javier Vergara Editor SA, BA-Madrid-Santiago de Chile.
  - Recopilados de Orden sugerido de Precedencias. “Ceremonial y Protocolo”, Escuela Internacional de Negocios de AL.

♦ **REGULARIDAD**

Asistencia (75% mínimo)

Trabajos Prácticos y condiciones de Regularización (vid. Reglamento)  
**Formales** con calificación explícita: 8 (ocho)

Evaluaciones Parciales y condiciones de Regularización (vid. Reglamento)  
 1 parcial aprobado con 7 (siete)  
 1 campaña de RRPP (a aprobar con 7)  
 1 recuperatorio para ausentes con justificación médica o laboral (se considera nota única sin posibilidad de examen recuperatorio)  
 1 recuperatorio para desaprobados (promediará con la nota anterior)

♦ **EVALUACIÓN Y PROMOCIÓN [Condiciones de Promoción] (vid. Reglamento)**

Destaque si hay *evaluación continua* y sus estrategias

Discrimine si la materia será de Promoción Indirecta o de Promoción Directa, o si habrá combinación de ambas prácticas y cómo.

Describa las condiciones y porcentajes de evaluación y promoción.

Promoción Directa: 1 parcial aprobado con promedio de 7 (siete) mas una campaña a aprobar con 7, donde se aplicará de manera práctica la teoría explicada en clase. De no obtener un promedio general de 7 en ambas instancias, el alumno queda regular y pasará a promoción indirecta que constará de un examen final integrador de toda la materia más la presentación de la campaña.

### ➤ **CRONOGRAMA**

**Destaque la fecha precisa o la semana en las evaluaciones**

- **Trabajos Prácticos Formales: todas las clases se aplicará la teoría en un caso real. La materia quedará aprobada con la entrega de práctico final la última semana de noviembre.**
- **Evaluaciones parciales: 1 (una). Principio de octubre.**
- **Recuperatorio: una semana después de cada examen.**
- **Horarios de Consulta semanales: acordados con el alumno luego de clases.**