



Carrera: *Licenciatura en Relaciones Públicas*

Materia: *Relaciones Públicas III*

Cátedra:

Canella Tsuji, María

Luz

Fernández, Candela

Período lectivo: **2024**

Presentación

Objetivos y requisitos

El objetivo de la materia está orientado a consolidar y poner en práctica el estudio de los procesos, métodos, estrategias y técnicas, teóricos y aplicados, de la disciplina con validez y proyección para su ejercicio profesional.

Por los objetivos establecidos en la materia, se darán clases sobre Teoría Aplicada con desarrollo de Prácticas Profesionales.

La bibliografía indicada es básica y en modo alguna exhaustiva, pudiendo ser ampliada con otro material bibliográfico y de investigación.

Para Aprobar la Regularidad de esta materia, deberá:

- Asistir y participar como mínimo, al 80% de las clases presenciales.
- Aprobar la totalidad de las “Prácticas Profesionales”, tanto Individuales como Grupales mostrando capacidades mínimas para comprender e intervenir en la dirección y gestión del ejercicio profesional de Relaciones Públicas.
- Aprobar 2 (dos) evaluaciones parciales individuales (teórico).
- Aprobar Presentación (Oral e Impresa) y Defensa de las Prácticas Grupales e individuales finales mostrando solvencia en los conocimientos teóricos, su articulación con la realidad y aplicada al ejercicio profesional de Relaciones Públicas en Argentina y en el mundo.

Para Aprobar la materia, deberá:

- Haber aprobado la regularidad de la cursada.
- Estar formalmente habilitado/a administrativamente por autoridad académica competente.
- Demostrar plena comprensión y conocimiento del marco teórico-práctico, con capacidad para integrarlos en su aplicación, con los conocimientos necesarios previos a la materia y una observación activa de la realidad.
- Expresión oral y escrita acorde al ámbito universitario y correspondiente con la materia.
- Aprobar Examen Final (Con una nota mínima de 4 (cuatro) o más puntos).

PROGRAMA

Unidad 1 EJERCICIO PROFESIONAL

¿Cuál es el rol e importancia de las RELACIONES PÚBLICAS?

1. Teorías en la industria de las Relaciones Públicas. ¿Qué necesidades resuelven? Modelo/s teórico/s. Ideas y procesos en los que se fundan criterios para el ejercicio profesional de RP.
2. Prácticas profesionales en la industria de RR.PP. (Latam). Criterios sobre los que se desarrolla el ejercicio profesional de RR.PP. Ética
3. Tecnologías aplicadas a las RRPP. Inteligencia Artificial.

UNIDAD 2: ASUNTOS PÚBLICOS

1. Asuntos Públicos: definiciones, conceptos y análisis. Agendas. ¿Por qué gestionamos Asuntos Públicos en Relaciones Públicas? ¿Qué aspectos se gestionan?
2. Programas. El compromiso con políticas sustentables y autosustentables de instituciones y empresas. Relaciones con la comunidad. RSE. El compromiso con la sociedad.
3. Relaciones con el gobierno. Lobby.

UNIDAD 3: PÚBLICO INTERNO

- Características. Plan de comunicación interna.
- Cultura corporativa.
- Cambio cultural.

UNIDAD 4: IMAGEN

- IMAGEN
- PRESTIGIO
- REPUTACIÓN
- BRANDING
- Aplicaciones:
 1. INSTITUCIONAL
 2. COMERCIAL
 3. CORPORATIVA.
- Campañas y Programas.
- Estrategias formales e informales en el posicionamiento.
- Prácticas Profesionales:
- Análisis de casos.

UNIDAD 5 CONFLICTOS y CRISIS

- Recursos.
- Análisis y estudio de gestión.
- Criterios (Preventivos – Reactivos)
- Estrategias y Tácticas.
- Públicos influyentes. Controversias.
- Medios de comunicación.

Prácticas Profesionales:

- Campañas y programas.
- Estudio de casos.

BIBLIOGRAFÍA.

Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2001). Los profesionales de las relaciones públicas. En *Relaciones públicas efectivas* (pp. 63-94). Ediciones Gestión 2000, S.A, Barcelona.

Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2001). Los marcos organizativos. En *Relaciones públicas efectivas* (pp. 95-139). Ediciones Gestión 2000, S.A, Barcelona.

Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2001). Primer paso: Definición de los problemas de las relaciones públicas. En *Relaciones públicas efectivas* (pp. 409-424). Ediciones Gestión 2000, S.A, Barcelona.

Grunig, J. E. (2000). La identificación de los vínculos de las organizaciones con los públicos. En *Vínculos* (pp. 227-258). Ediciones Gestión 2000, S.A, Barcelona. Título original en inglés: Managing Public Relation (1984)

Informe REC. (2022). El observatorio de la industria de las comunicaciones. (pp. 1-24). Recuperado de www.recargentina.net.ar

Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2001). Relaciones públicas eficaces. En *Relaciones públicas efectivas* (pp. 189-226). Ediciones Gestión 2000, S.A, Barcelona.

Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2001). Planificación y programación. En *Relaciones públicas efectivas* (pp. 443-480). Ediciones Gestión 2000, S.A, Barcelona.

Solórzano Hernández, E. (2013). Relaciones públicas: Aportes científicos de la escuela latinoamericana. En *Revista científica de la ALACAUROP* (pp. 79-90). https://alacaurp.org/revistas/revist_alacaurp7.pdf

Mollada Medina, J. C. (2013). Los niveles de profesionalismo de las relaciones públicas y el papel social de los relacionistas profesionales en Latinoamérica: Un modelo teórico y práctico. En *Revista científica de la ALACAUROP* (pp. 45-56). https://alacaurp.org/revistas/revist_alacaurp7.pdf

Wilcox, D. L. (2001). (Ética y profesionalismo). En *Relaciones públicas, estrategias y tácticas* (Cap. 3). Editorial Pearson Educación.

Consejo Profesional de Relaciones Públicas de la República Argentina. Código de ética del Consejo Profesional de Relaciones Públicas de la República Argentina. Recuperado de [Institucional - Consejo Profesional de relaciones Públicas \(rrpp.org.ar\)](http://Institucional-ConsejoProfesionaldeRelacionesPúblicas(rrpp.org.ar))

Grunig, J. E. (2000). Dirección de las relaciones públicas. En *Vínculos* (pp. 169-181). Ediciones Gestión 2000, S.A, Barcelona. Título original en inglés: Managing Public Relation (1984)

Wilcox, D. L. (2001). (Empresas y departamentos de Relaciones Públicas). En *Relaciones públicas,*

estrategias y tácticas. Editorial Pearson Educación.

Aced, C. (2013). Relaciones públicas 2.0: Cómo gestionar la comunicación corporativa en el entorno digital. En *Relaciones públicas 2.0* (Cap. II, pp. 59-216). Editorial UOC.

García Martínez, M.T. (2021). La incorporación de la inteligencia artificial a los departamentos de comunicación. (Trabajo Fin de Máster Inédito). Universidad de Sevilla, Sevilla. Recuperado de [idUS - La incorporación de la inteligencia artificial a los departamentos de comunicación](#)

Túñez López, J. (2021). Tendencias e impacto de la inteligencia artificial en comunicación: Robotización, gig economy, co-creación y gobernanza. (pp. 5-22). Recuperado de [\(PDF\) \[Artículo\] Tendencias e impacto de la inteligencia artificial en comunicación: cobotización, gig economy, co-creación y gobernanza | Plataforma Revistas Comunicación - Academia.edu](#).

Grunig, J. E. (2000). Asuntos públicos y relaciones gubernamentales. En *Vínculos* (pp. 420-455). Editorial. Ediciones Gestión 2000, S.A, Barcelona. Título original en inglés: *Managing Public Relation* (1984)

Grunig, J. E. (2001). Las relaciones con públicos activos: Consumidores, ecologistas y minorías. En *Vínculos* (pp. 457-488). Ediciones Gestión 2000, S.A, Barcelona. Título original en inglés: *Managing Public Relation* (1984)

Grunig, J. E. (2001). Campañas de promoción, fundraising y comunicación pública. En *Vínculos* (pp. 524-546). Ediciones Gestión 2000, S.A, Barcelona. Título original en inglés: *Managing Public Relation* (1984)

Organización de las Naciones Unidas. (2023). Objetivos de Desarrollo Sostenible. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/>

Seitel, F. P. (2002). Teoría y práctica de las relaciones públicas. En *Relaciones públicas efectivas* (8va ed., pp. 459-476). Editorial Pearson Educación.

Tapia Frade, A. (2015). Fundamentos de las relaciones públicas. En *Lobbying: Relaciones con la administración* (8va ed., pp. 83-102). Ediciones Pirámide.

Wilcox, D. L. (2001). Política y gobierno. En *Relaciones públicas, estrategias y tácticas* (Cap. 14, pp. 345-361). Editorial Pearson Educación.

Consejo Profesional de Relaciones Públicas de la República Argentina. (Año). Decálogo de buenas prácticas. Recuperado de [Institucional - Consejo Profesional de relaciones Públicas \(rrpp.org.ar\)](#)

Villafañe, J. (1999). La cultura corporativa. En *Gestión estratégica de la imagen de las empresas* (pp. 123-149). Ediciones Pirámide.

Villafañe, J. (1999). El cambio de la cultura corporativa. En *Gestión estratégica de la imagen de las empresas* (pp. 151-162). Ediciones Pirámide.

Villafañe, J. (1999). La gestión profesional de la imagen corporativa. En *Gestión estratégica de la imagen de las empresas* (pp. 11-36). Ediciones Pirámide.

Villafañe, J. (1999). Configurar la personalidad corporativa. En *Gestión estratégica de la imagen de las empresas* (pp. 65-80). Ediciones Pirámide.

Villafañe, J. (1999). El manual de normas de la identidad visual. En *Gestión estratégica de la imagen de las empresas* (pp. 81-93). Ediciones Pirámide.

Durán Bravo, P., Cisneros Martínez, N., & Pancardo, R. (2019). Comunicación estratégica: Articulación de las ecologías simbólicas con los stakeholders. En Guzmán Ramírez, H., & Herrera Echenique, R. (Coords.), *Comunicación estratégica: Interfaz relacional entre organizaciones y sus stakeholders*. Editorial.

Elizalde, L. H. (2017). Manejando el disenso: Estrategias, tácticas y modelos de gestión. (1a ed.). Ed. La Crujía.

Xifra Triadú, J. (2009). Relaciones públicas, empresa y sociedad: Una aproximación ética. Editorial UOC.

Losada Díaz, J. C. (2018). (No) crisis: Comunicación de crisis en un mundo conectado. Editorial UOC.

Villafañe, J. (1993). Imagen positiva: Gestión estratégica de la imagen de las empresas. Ediciones Pirámide.