

RELACIONES PÚBLICAS

**CICLO LECTIVO 2024. Cuarto año. Segundo cuatrimestre. Ciclo superior
Orientación Institucional. Carga horaria: 5 hs. semanales**

Prof. Titular Asociada: *Mgtr.* Graciela Neild
Prof. Asistente: Lic. Cecilia Sozzi
Prof. Adscripta: *Máster* Bellavia N. Trinidad
Ayudante: Yamila Silva

OBJETIVOS DE APRENDIZAJE

- 1- *Conocer la función de las Relaciones Públicas en las organizaciones, así como las prácticas frecuentes de la profesión.*
- 2- *Analizar la contextualización del surgimiento y evolución de las Relaciones Públicas en Norteamérica y Latinoamérica: la peculiaridad del sistema socio-político económico de legitimación.*
- 3- *Reflexionar sobre las posturas teóricas de la disciplina, haciendo hincapié en el enfoque contemporáneo.*
- 4- *Identificar los canales de comunicación internos y externos de acuerdo a públicos y entorno, para el ejercicio profesional.*
- 5- *Diferenciar el rol del relacionista en una estructura corporativa del de una consultoría, observando el predominio del pensamiento estratégico.*

UNIDADES Y CONTENIDOS

UNIDAD I: FUNCIÓN Y EJERCICIO DE LAS RELACIONES PÚBLICAS

Alcance de las RR.PP. Definiciones. Otros términos. Las RR.PP. como proceso y áreas profesionales. Ámbito físico, función y finalidad en la Organización. Ejercicio y perfil profesional. Diferencias entre RR.PP., periodismo, publicidad y marketing. Capacidades profesionales. Gestión de las relaciones con públicos: niveles interno y externo. Crisis. Reputación. Gestión.



Bv. Enrique Barros esq. Los Nogales
Ciudad Universitaria | 5000
Córdoba | Argentina

Tel. +54 351 5353680

www.fcc.unc.edu.ar
comunicacion@fcc.unc.edu.ar

Estrategias de Coombs. Reputación en la era de las redes sociales. Categorías de públicos de França. *Stakeholders*. Práctica de RR.PP. en los tres sectores. *Lobbying*.

Bibliografía Básica

- Green, Peter Sheldon (1994) *La Dirección ante situaciones de crisis* (pp. 159-165) Barcelona: Folio
- Ferrari, M. A. y França, F. (2011) *Relaciones Públicas. Naturaleza, función y gestión en las organizaciones contemporáneas* (pp. 41-47, 133-146) Bs. As.: La Crujía
- Neild, G. (2009) *Función de las Relaciones públicas en la Organización*. Apunte de cátedra. ECI.UNC.
- Neild, G. (2015) *Ejercicio y perfil profesional*. Revisión. Apunte de cátedra. ECI.UNC.
- Neild, G. (2013) *Gestión de las Relaciones con los públicos*. Apunte de cátedra. ECI.UNC
- Sadi, G. (2021) *Capacidades profesionales de las relaciones Públicas* en Etkin, E. (comp.): *Gestión de la comunicación para organizaciones*. Buenos Aires: La Crujía
- Uman, Ignacio (2021) *Reputación online en la era de las redes sociales* en Etkin, E. (comp.): *Gestión de la comunicación para las organizaciones*. Buenos Aires: La Crujía
- Villegas Botero, M. L. -Coordinadora- (2010) *Manual de Gestión de la Comunicación en Situaciones de Crisis*. Bogotá: Icetex. Disponible en Internet.
- Wilcox, D.L., Cameron, G.T., y Xifra, J. (2012) *Relaciones Públicas. Estrategias y Tácticas*. (10ª ed.) (pp. 2-27, 270-279). Madrid: Pearson

Bibliografía Complementaria

- Barquero Cabrero, J. (1992) *Relaciones Públicas Financieras*. Barcelona: Grinver
- Black, S. (1996) *ABC de las Relaciones Públicas*. Barcelona: Gestión 2000
- Fernández Escalante, F. (1999) *Ciencias de la Información y Relaciones Públicas o Institucionales*. Buenos Aires: Macchi.
- Harvard Business Review (2000) *On Crisis Management*. United States of America: Boston: Harvard College
- Ríos Szalay, J. (1995) *Relaciones Públicas. Su administración en las organizaciones*. México: Trillas.



UNIDAD II: EVOLUCIÓN HISTÓRICA DE LAS RELACIONES PÚBLICAS

Comienzos. Edad Media. La América colonial. Siglo XIX: agentes de prensa. Legados. 1900-1950: la era de los pioneros: Ivy Lee; Eduard Bernays. Otros precursores. 1950-2000: conceptos incidentes predominantes. El desarrollo de las RR.PP. en América Latina: Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, Paraguay, Perú, Uruguay, Venezuela.

Bibliografía Básica

Wilcox, D.L., Cameron, G.T., y Xifra, J. (2012) *Relaciones Públicas. Estrategias y Tácticas*. (10ª ed.) (Cap. 2). Madrid: Pearson
Ferrari, M.A., y França, F. (2011) *Relaciones Públicas. Naturaleza, función y gestión en las organizaciones contemporáneas* (Cap. 2, pp. 51-77). Buenos Aires: La Crujía

Bibliografía Complementaria

Rey Lennon, F. (2006) *Eduard Bernays. El día que se inventaron las relaciones públicas*. Buenos Aires: Universidad Católica Argentina

UNIDAD III: ENFOQUES TEÓRICOS SOBRE LAS RELACIONES PÚBLICAS

Teorizaciones: Eduard Bernays; Scott Cutlip y Allen Center; James Grunig y Todd Hunt. Modelos. Escuelas de relaciones públicas. Importancia de la opinión pública. Búsqueda de un paradigma. Relaciones públicas y ciencia. Modelos según el estilo de gestión. *Excellence Study*: los “atributos genéricos”. Dimensiones técnica, gerencial y estratégica.

Bibliografía Básica

Castillo, A. (2010) *Introducción a las Relaciones Públicas* (pp. 14-39). Madrid: Instituto de Investigación en Relaciones Públicas (IIRP).
Di Génova, A. E. (2012) *Manual de Relaciones Públicas e institucionales. Estrategias de comunicación y tácticas* (pp. 13- 16, 252-256). Buenos Aires: Ugerman.



Bv. Enrique Barros esq. Los Nogales
Ciudad Universitaria | 5000
Córdoba | Argentina

Tel. +54 351 5353680

www.fcc.unc.edu.ar
comunicacion@fcc.unc.edu.ar

- Ferrari, M. A. y França, F. (2011) *Relaciones Públicas. Naturaleza, función y gestión en las organizaciones contemporáneas* (pp. 80- 97). Bs. As.: La Crujía
- Fleta, L. S. (1999) *Tratado de Relaciones Públicas* (pp. 163-165). Madrid: 2000
- Neild, G. (2015) *Búsqueda de un Paradigma de Relaciones Públicas*. Apunte de cátedra. ECI.UNC.
- Neild, G. (2002) *Modelos de Relaciones Públicas según el estilo de gestión organizacional*, extraído de Neild, G.: *Enfoques teóricos sobre las Relaciones Públicas*. Módulo II, de Relaciones Públicas I. Área Educación a Distancia. ECI. UNC. ISBN 10; 950-33-0561-6; ISBN 13; 978-33-0561-4.
- Wilcox, D.L., Cameron, G.T., y Xifra, J. (2012) *Relaciones Públicas. Estrategias y Tácticas*. (10ª ed.) (pp. 222-226). Madrid: Pearson

Bibliografía Complementaria

- Flores Bao, F. (1993) *Relaciones Públicas. Ciencia de la Integración Humana*. Perú: Desa
- Grunig, J., y Hunt, T. (2000) *Dirección de Relaciones Públicas*. Barcelona: Gestión 2000
- Porto Simoes, R. (1993) *Las Relaciones Públicas: función política*. Barcelona: Consejo Superior de Comunicación y Relaciones Públicas de España.

UNIDAD IV: COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL SEGÚN ENTORNO VIRTUAL

Comunicación interna: trabajadores. Intranet. Marca personal/corporativa/reputación. *Influencers* internos. Comunicación externa. Sitio web. Consideraciones para la redacción digital. Relación con medios de comunicación: nota de prensa y *publicity*. Comunicado de prensa. Sala de prensa 2.0. Rueda de prensa. *Press clipping*. Relación con influencers: campaña. Los medios como *influencers*.

Bibliografía Básica

- Aced, C. (2018) *Relaciones Públicas 2.0. Cómo gestionar la comunicación corporativa en el entorno digital* (pp. 123- 165). Barcelona: UOC
- Rottman, D. (2020) *Los medios como influencers* en Álvarez Nobell, A.; Becerra, M. et al.: *La vida digital de los medios y la comunicación*. Ensayos sobre las audiencias, el contenido y los negocios en Internet. Buenos Aires: Granica



Bibliografía Complementaria

- Brandolini, A., González Frígoli, M., y Hopkins, N. (2009) *Comunicación Interna* (Cap.5, pp. 85-101). Buenos Aires: La Crujía
- Wilcox, D.L., Cameron, G.T., y Xifra, J. (2006) *Relaciones Públicas. Estrategias y Tácticas*. (8ª ed.) (Cap. 14, pp. 468- 475). Madrid: Pearson
- Wilcox, D.L., Cameron, G.T., y Xifra, J. (2012) *Relaciones Públicas. Estrategias y Tácticas*. (10ª ed.) (Capítulos 14 y 15). Madrid: Pearson
- Nassar, P. (1997) *O uso das novas tecnologias*, en Krohling Kunsch, M., *Obtendo resultados com Relações Públicas*. Brasil: Pioneira

UNIDAD V: INTERNET Y SOCIAL MEDIA PARA EL EJERCICIO PROFESIONAL

World Wide Web: características. Origen de los medios sociales. Blog. Redes: Facebook. Twitter. Instagram. Linkedin. Slidshare. Pinterest. You Tube. Vimeo. Flickr. Wiki. Podcast.

Bibliografía Básica

- Aced, C. (2018) *Relaciones Públicas 2.0. Cómo gestionar la comunicación corporativa en el entorno digital* (pp. 85- 115). Barcelona: UOC
- Wilcox, D.L., Cameron, G.T., y Xifra, J. (2012) *Relaciones Públicas. Estrategias y Tácticas*. (10ª ed.) (pp.342-346, 348). Madrid: Pearson

Bibliografía Complementaria

- Wilcox, D.L., Cameron, G.T., y Xifra, J. (2012) *Relaciones Públicas. Estrategias y Tácticas*. (10ª ed.) (Cap. 13). Madrid: Pearson
- Carballar, J.A. (2013) *Social Media. Marketing personal y profesional*. Buenos Aires: Alfaomega



UNIDAD VI: DEPARTAMENTOS Y CONSULTORAS DE RR.PP.

El rol de las RR.PP., según la estructura corporativa. Funciones de línea y de plantilla. Cargos de RR.PP. Niveles de influencia. Cooperación con otras funciones. Consultoras: servicios. *Holdings*. Ventajas y desventajas de las consultoras. Pensar y hacer comunicación estratégica. Planificación tradicional/ estratégica; situacional: momentos. Ecosistema de medios. Principales materiales de difusión: tipos y características.

Bibliografía Básica

Morelli, S. R. (2023) *Comuníquese (veamos cómo). Nuevos abordajes para problemas viejos*. Cap. 2. Buenos Aires: Ugerman
Wilcox, D.L., Cameron, G.T., y Xifra, J. (2012) *Relaciones Públicas. Estrategias y Tácticas*. (10ª ed.) (Cap. 4, pp. 96-106; 109-118. Cap. 6). Madrid: Pearson
Xifra, J. y Lalueza, F. (2009) *Casos de Relaciones Públicas y comunicación corporativa* (pp.27-33) Madrid: Pearson

Bibliografía Complementaria

Blanco, L. (2000) *El planeamiento. Práctica de Relaciones Públicas*. Buenos Aires: Ugerman.
Pérez, R. A. (2012) *Pensar la estrategia*. Buenos Aires: La Crujía
Neild, G. (2012) *Relaciones Públicas en Comunicaciones al mercado desde la operatividad de mercadotecnia* (pp.157-160) Córdoba. Copy-Rápido

CONDICIÓN ACADÉMICA DE LOS ALUMNOS

Tanto para la condición de alumnos regulares como promocionales se exige el 80 por ciento de asistencia a clases teóricas y el 80 por ciento a clases prácticas.

Son **REGULARES** aquellos alumnos que obtienen como mínimo cuatro puntos en cada trabajo práctico evaluable; y cuatro puntos como mínimo en cada parcial. Estos alumnos rinden examen final de la materia mediante extracción de unidades en forma oral presencial (salve que se estableciera otra opción por imprevistos respecto a la salud vinculada con la Pandemia).

Son **PROMOCIONALES** aquellos alumnos que obtienen como mínimo siete puntos en cada trabajo práctico evaluable; y siete o más puntos en cada parcial. Los alumnos que cumplan estos requisitos tienen



promoción directa, cuya calificación final en la libreta universitaria (y en el acta de examen final de la materia) es el promedio que resulte entre el promedio obtenido de los prácticos y el promedio de los exámenes parciales.

MODALIDAD Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN -PARCIALES, PRÁCTICOS, EXAMEN FINAL-

EXÁMENES PARCIALES: Se realizan dos parciales cortos: uno, al final de la unidad III, con temas a desarrollar individualmente y, el otro, al final del dictado de la materia, entre dos alumnos. Los temas que se suministren en los parciales deberían redactarse con claridad, en forma sintética y con pertinencia; salvo los términos técnicos necesarios, pueden emplearse expresiones que transmitan el mismo sentido del contenido tratado. En ambos parciales se toman temas o contenidos expuestos en el apunte. La calificación es con puntaje de 1 a 10 puntos.

TRABAJOS PRÁCTICOS: Están a cargo de la Profesora Asistente, quién determina el diseño de los mismos, la forma de instrumentación y fecha de entrega. Dos trabajos prácticos son obligatorios, evaluados con puntaje de 1 a 10. Se trata de trabajos integradores, de contenido teórico-práctico procesual. Tienen como propósito la resolución de problema, atendiendo a la importancia operativa que un proyecto tiene en los ámbitos laborales organizacionales. En la evaluación, además de la respuesta a las consignas solicitadas, se observa la coherencia en su desarrollo; la creatividad y/o actitud crítica del alumno, sin distorsionar los ejes planteados en las teorías suministradas en las unidades de la materia.

EXAMEN FINAL DE LA MATERIA: Es presencial (salvo que hubiera alguna situación que obligara a una evaluación *online*). Los alumnos regulares rinden mediante extracción de dos unidades de la materia; pero el docente, si lo cree conveniente, puede hacer preguntas que impliquen “relación” con otros temas de la misma unidad o entre unidades; o bien para solicitar alguna aclaración. En todos los casos, se valora la actitud reflexiva y crítica en la instancia final. Los alumnos libres -que no alcanzan ninguna de las condiciones académicas señaladas anteriormente-, pueden rendir como tales en las fechas estipuladas por la Facultad. En el caso de los alumnos que nunca cursaron deben elaborar un texto de 10 páginas en total, tipo monográfico, con interlineado, Arial 12, carátula, introducción, desarrollo, conclusión y bibliografía, sobre alguna temática vinculada a los prácticos realizados durante el cursado, el que debería presentarse quince días antes de la fecha de examen final. En tal caso, se recomienda clases de consulta previas con las docentes de la cátedra. Una vez aprobado dicho texto, el alumno está en condiciones de rendir de forma escrita y oral.



MODALIDAD PEDAGÓGICA

El programa de la asignatura se elaboró según el tiempo calendario estipulado y el carácter “Ciclo superior” de pertenencia en la Orientación Institucional de la Carrera. En este sentido, hay diversos temas específicos de la disciplina que no pueden tratarse, dándose prioridad a los que se utilizan con mayor frecuencia en los ámbitos laborales. Sin descuidar los temas solicitados por el Plan de Estudio '93, se han actualizado los enfoques teóricos y ciertas herramientas tecnológicas que predominan hoy. En cuanto a la modalidad específica frente a alumnos, se dictan clases teóricas con soporte de presentación *Power*. En las clases en el aula se transmiten los conceptos ejes de cada tema en particular, de manera que le facilite al estudiante en sus lecturas la construcción del conocimiento, respondiendo a los objetivos de la materia. Se utiliza el aula virtual para envío de algunos materiales bibliográficos escaneados, también para la solicitud de actividades prácticas y/o exámenes parciales.

Por otra parte, como ya se dijo, los prácticos están a cargo de la Profesora Asistente. La perspectiva predominante es el **método de caso**, para lo cual se diseñan casos simulados o tomados de la realidad social/organizacional con una adaptación específica para la materia. El propósito es la búsqueda de soluciones prácticas a situaciones o problemas comunicacionales de relaciones públicas, atendiendo a la complejidad y particularidad de la Organización y el contexto. Se tiene en cuenta la formación reflexiva y/u operativa del estudiante. En general, subyace a la realización de las actividades prácticas dos aspectos necesarios para el desempeño en el ámbito laboral: la “participación”: discusión crítica de los alumnos en grupo o entre grupos, y la “incorporación del hacer” respecto a los siguientes temas: función y planificación de las Relaciones públicas en la Organización; canales de comunicación; análisis y toma de decisión frente a casos planteados.



CRONOGRAMA TENTATIVO DE ACTIVIDADES SEGUNDO CUATRIMESTRE 2024

ASIGNATURA *RELACIONES PÚBLICAS*

EXÁMENES PARCIALES	1°	2°
Fecha de examen	16/09/2024	21/10/2024
Fecha de entrega de nota	10/10/2024	09/11/2024
Fecha de examen recuperatorio	11/11/2024	
Fecha de entrega de nota recuperatorio	11/11/2024	
TRABAJOS PRÁCTICOS / INFORMES EVALUABLES	1°	2°
Fecha de entrega de Trabajo Práctico (o informe)	24/09/2024	23/10/2024
Fecha de entrega de nota	16/10/2024	06/11/2024
Recuperatorio parcial o total práctico 1° o 2° -última fecha- (*)	11/11/2023	
FECHA DE FIRMA DE LIBRETAS (Día y horario) (Cierre de la materia. Promedio de notas teórico-prácticos)	Día lunes 11 de noviembre 18.30 horas	

(*) Las fechas de entrega de los prácticos, así como reelaboraciones parciales o totales de los mismos, lo decide la Profesora Asistente; no obstante, si bien este cronograma es tentativo, hay un calendario académico fuera del cual ya no hay instancias de entrega o reelaboraciones. Se solicita a los alumnos que respeten los tiempos que el docente le indica para la entrega de actividades solicitadas.



Mgtr. Graciela Neild
 Prof. Asociada



Bv. Enrique Barros esq. Los Nogales
 Ciudad Universitaria | 5000
 Córdoba | Argentina

Tel. +54 351 5353680

www.fcc.unc.edu.ar
 comunicacion@fcc.unc.edu.ar