

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CORDOBA
FACULTAD DE CIENCIAS MEDICAS
SECRETARIA DE EXTENSION**



CURSOS CICLO LECTIVO 2017

"RELACIONES PUBLICAS Y ORGANIZACION DE EVENTOS"

DOCENTE: Lic. Mgter. Ruben A. Castro Toschi

INTRODUCCION Y JUSTIFICACION:

Las Relaciones Públicas son un factor decisivo en un mundo competitivo como el actual, donde las empresas, los profesionales y las demás organizaciones deben generar un vínculo positivo con sus públicos a través de diferentes canales de comunicación.

En este curso nos centramos en las Relaciones Públicas para un futuro cercano, el Mundo de la Hospitalidad, una opción única que combina el aprendizaje de estrategias y técnicas para la comunicación y la gestión social con los saberes necesarios para diseñar, implementar y evaluar la realización de toda clase de eventos y experiencias que generan una mejor calidad de vida y en el entorno de los participantes.

OBJETIVOS:

Que al finalizar el curso los participantes puedan:

- Reconocer en una situación de vida el rol protagónico que tienen las personas en su interrelación con el medio a través de la práctica social diaria.
- Desarrollar estrategias de intervención fortuna, mediante la creatividad, la programación y la tecnología apropiada aplicando los conocimientos básicos de las relaciones públicas en la organización de eventos sociales.
- Dominar los conceptos y técnicas, para favorecer la mejor comprensión y colaboración recíproca entre diversas personas, organismos y comunidades de la sociedad moderna.
- Comprender y manejar los distintos instrumentos de COMUNICACIÓN



que tiene a su alcance con el objeto de favorecer la relación con los diferentes públicos con los cuales opera.

- Interpretar el proceso lógico que hace de un CONFLICTO la consecuente CRISIS y en virtud de esto entienda como evitar el mismo y de no poder hacerlo como remontar y salir de la misma.

DESTINATARIOS:

A todas aquellas personas con interés en mejorar sus habilidades sociales y que deseen perfeccionarlas; y poder aplicarlas en el uso cotidiano.

No se requieren requisitos previos para poder cursar esta actividad.

METODOLOGIA:

Desarrollo teórico práctico con permanente interrelación entre el conductor del curso y los participantes.

La asistencia a clases teóricas es de dos hs.docentes continuas una vez a la semana durante 28 semanas lo que cubre 56 hs. Y la actividad práctica supervisada suman 32 hs lo que totaliza 88 hs.docentes teóricas prácticas.

EVALUACION:

Esta prevista una exposición final de un trabajo con consignas previas que deberá ser expuesto ante los compañeros cursantes y el docente responsable de esta actividad.

TEMARIO:

MODULO INTRODUCCIÓN

La Organización. La empresa y otros modos de organización. Recursos. Presupuestación. Evaluación del costo-beneficio. Utilidades. Promoción y publicidad. Multimedia. Opciones en la web.

MODULO I

A) RELACIONES PÚBLICAS

Unidad 1:

Comunicación. Definiciones. Importancia. El Proceso de Comunicación. Ruido, Retroalimentación. Comunicación Interpersonal. Comunicación Institucional. Diferencias.

Unidad 2:



Comunicación Institucional. La Organización como Principal Emisor de Mensajes. Silencios y Vacíos Comunicacionales. Niveles de Comunicación en las Organizaciones. Herramientas de Comunicación. Jerarquías Organizacionales y Comunicación. El Departamento de Comunicación en las Organizaciones.



Unidad 3:

Las Relaciones Públicas. Definiciones. Características. Objetivos y Propósitos. Fundamentos. Ámbitos de aplicación. Introducción al estudio. Definiciones de Público, Destinatarios.

Unidad 4:

Historia y Evolución de las Relaciones Públicas. Actividades Similares a las Relaciones Públicas en la Historia. Las Relaciones Públicas en la Antigüedad. Cuatro modelos de la Historia : Agente de Prensa, Información Publicitaria, Modelo Asimétrico Bidireccional, Modelo Simétrico Direccional. Los 4 modelos y la práctica actual. Relaciones Públicas en EEUU y Europa. Las Relaciones Públicas en la Argentina.

Unidad 5:

Las Relaciones Públicas y Otras Disciplinas: Marketing, Publicidad, Publicidad Institucional, Promociones, Propaganda, Periodismo. Diferencias. Similitudes. Ámbitos de Aplicación. Interdisciplinariedad. Modelos de persuasión. Grupos de trabajo interdisciplinarios. Las Relaciones Públicas y el Protocolo.

Unidad 6:

Los Destinatarios de las Relaciones Públicas. Concepto de Vínculo. Identificación de los Vínculos. Tipos de Públicos. Públicos Internos y Externos. Opinión Pública. Identificación y Reconocimiento de Públicos Internos y Externos. Líderes de Opinión. Grupos de presión.

Unidad 7:

Las RRPP en las Organizaciones. Departamentos. Ubicación en la Estructura Organizativa. Staff de Apoyo, Asesoría Externa. Funciones del Encargado de Relaciones Públicas. Consultoras de RRPP.

Unidad 8:

Medios de Comunicación. Clasificación. Los Medios Hoy. Relación con los Medios de Comunicación. Pautas a Seguir. Comunicados de Prensa. Dossier, Gacetillas, Conferencias de Prensa. Monitoreo y Clipping de Prensa.

Unidad 9:



Introducción a las Relaciones Públicas Externas. Acciones "outdoor"
Introducción a la Responsabilidad Social. Introducción a las Relaciones
Públicas Internas. Características. Mensaje. Acciones "indoor". El Profesional
de las Relaciones Públicas. Perfil Profesional.



B) ORGANIZACIÓN DE EVENTOS

Unidad 1:

Definición y Características de los Eventos. Justificación de un evento. Razones. Alcance Geográfico. Objetivos. Clasificación. Organización. Etapas: Planeamiento, Ejecución y Control. Terminologías de Eventos. Características. Mesas Redondas. Congresos. Simposios. Convención. Jornada. Foro. Workshop. Seminario. Eventos Públicos, Privados y Mixtos. Externos e Internos. Otras Clasificaciones.

Unidad 2:

Planificación de Eventos. Etapas. Investigaciones. Decisiones Preliminares. Fluxograma. Personal. Equipos de Trabajo. Costos en la organización de actos, eventos. Importancia de su manejo y conocimiento. Clasificación de los mismos. Prorrateo y aplicación de los mismos. Presupuesto. Cuotas de Registro o Inscripción. Ejecución de Eventos. Estructura del Comité Organizador. Delegación de Acciones. Listas de Seguimiento. Declaraciones de Interés. Trámite y Pedido de las mismas.

Unidad 3:

Montajes. Tipos. Diagramas. Cálculos de Capacidad. Disposición del Lugar. Medidas Antropométricas. Requerimientos de Audio, Video e Iluminación.

Unidad 4:

Evaluación de Eventos. Sistemas y Parámetros de Evaluación. Consideración de Objetivos, Rentabilidad y Repercusión. Factores de evaluación.

Unidad 5:

Gestión Comunicativa en los Actos. Importancia de los actos como herramientas de comunicación.

- Presencia de los Medios de Comunicación en los Eventos
- Diseño del Operativo de Prensa. Herramientas de Prensa y Divulgación de los Eventos.
- Venta de Eventos. Marketing. Auspicios.

Unidad 6:



Eventos Gastronómicos. Pautas generales aplicables a todo evento gastronómico. Contenidos Generales: Banquetes, Buffet, Desayuno, Vino de Honor, Brunch, Almuerzo, Té, Coffee Break, Bailes.



R 2 M

Lic. Mgter. Rubén A. Castro Toschi
Córdoba, febrero 2017

