

## INDICE

<b>Lista de casos reales</b>	7
<b>Lista de figuras</b>	9
<b>Prologo</b>	11
<b>Prefacio</b>	13
<b>1. ¿Que son las elaciones publicas?</b>	15
Los parámetros de las relaciones publicas	16
Algunas definiciones	18
Checklist	
Los siete pecados capitales de las relaciones publicas	21
<b>2. Relaciones publicas estratégicas, asuntos públicos</b>	
El papel estratégico de las relaciones publicas	23
Relaciones corporativas y asuntos públicos	27
El valor de los casos reales	28
<b>3. Comparación entre relaciones publicas, propaganda, publicidad y marketing</b>	47
¿Relaciones públicas o propaganda?	
Las relaciones publicas y otras disciplinas	48
marketing	50
Resumen	52
<b>4. Comunicarse con públicos y audiencia especializadas</b>	53
Identificando a los públicos	54
La opinión publica	58
La influencia de los lideres de opinión	61
Auditorias de comunicación	63
¿Que grado de eficacia alcanza su comunicación?	64
Relaciones publicas financieras y elecciones con los inversores	65
Defensa del consumidor	68
El campo de la atención sanitaria	70
<b>5. Relaciones con los medios de comunicación y vinculación parlamentaria</b>	73
Vinculación con los medios	74
Métodos de trabajar con los medios	75
Comunicados de prensa	76
La utilización de las fotografías	78
La utilización correcta de la conferencias de noticias	79
Vista a las instalaciones	
Cartas del director	
Radio y televisión	81
Como medir los resultados de las relaciones con los medios de comunicación	82
<b>6. Métodos de relaciones publicas</b>	
Tres programas opuestos	85
La palabra impresa	88
Autoedición	90
El arte de escribir	91
House journals revistas de empresa	92
La fotografía en las relaciones publicas	94

La palabra hablada	95
Exposiciones y conferencias	96
El patrocinio-Sponsorship	98
El lobbying y las vinculaciones con los parlamentarios	100
<b>7. La identidad corporativa y la comunicación visual</b>	103
Los objetivos de identidad corporativa	104
El ámbito de un programa de identidad corporativa	107
Diseñar y mantener un estilo de la casa	111
Resumen	118
<b>8. Relaciones con la comunidad y responsabilidad</b>	
Protección del medio ambiente	121
Relaciones con la comunidad	124
<b>9. Investigación, medición y evaluación</b>	
Investigación aplicada	145
Investigación de opinión	146
La excelencia en la investigación	149
Métodos de evaluación	10
La investigación asociada	
Algunas observaciones finales sobre la Investigación en las relaciones públicas	151
<b>10. Relaciones públicas</b>	
Comunicación interna eficaz	153
La búsqueda de la excelencia	
Métodos de comunicación interna	155
<b>11. La gestión de la crisis</b>	
Las incógnitas conocidas y las incógnitas desconocidas	169
Preparando un plan de crisis	170
El incidente de Chernobyl	
La política de crisis de Dow Canadá	174
El desastre de Exxon Valdez	
Desastre aéreo	175
Contaminación ocasionada por el hombre	176
Resumen	177
<b>12. La gestión y organización de las relaciones públicas</b>	185
Modelos del ejercicio de las relaciones públicas	186
Algunos aspectos de la excelencia y la calidad	188
El ejercicio de las relaciones dentro de la misma empresa o a través de asesorías	190
Ventajas e inconvenientes de tener su propio departamento de relaciones públicas	192
Alas ventajas de emplear asesores	
Como elegir el arreglo ideal	193
<b>13. La ética de los negocios</b>	195
Los principios del poder ético	198
Desarrollo de los códigos éticos	201
Conclusión	203
<b>14. Relaciones públicas internacionales y redes de telecomunicación</b>	205
Posibles escollos debidos a diferencias del lenguaje	

Comunicación verbal	
Consideraciones éticas	206
Medios de comunicación	208
<b>15. Una corta historia sobre el desarrollo del ejercicio de las relaciones publicas</b>	219
La evolución histórica en Gran Bretaña	220
Formación del instituto de relaciones publicas	221
<b>16. La educación en las relaciones publicas y perspectivas profesionales</b>	223
El lugar de las relaciones publicas en los estudios de dirección de empresas	224
Modelo de programa de estudios	
Las relaciones publicas como carrera	226
<b>Lecturas adicionales</b>	229