

## INDICE

Lista de casos reales	7
Lista de figuras	9
Prólogo	11
Prefacio	13
<b>1. ¿Qué son las Relaciones Públicas?</b>	<b>15</b>
Los parámetros de las relaciones públicas	16
Algunas definiciones	18
Checklist	21
Los siete pecados capitales de las relaciones públicas	21
<b>2. Relaciones Públicas estratégicas, asuntos públicos y corporativos</b>	<b>23</b>
El papel estratégico de las relaciones públicas	23
Relaciones corporativas y asuntos públicos	27
El valor de los casos reales	28
<b>3. Comparación entre Relaciones Públicas, propaganda, publicidad y marketing</b>	<b>47</b>
¿Relaciones Públicas o propagandas?	47
Las relaciones públicas y otras disciplinas	48
Marketing y relaciones públicas	50
Resumen	52
<b>4. Comunicarse con públicos y audiencias especializadas</b>	<b>53</b>
Identificado a los <<público>>	54
La opinión pública	58
La influencia de los líderes de opinión	61
Auditorias de comunicación	63
¿Qué grado de eficacia alcanza su comunicación?	64
Relaciones públicas financieras y relaciones 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 parlamentarias</b>	<b>73</b>
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 las conferencias de noticias	79
Visitas a las instalaciones	81
<<Cartas al director>>	81
Radio y televisión	81
Cómo medir los resultados de las relaciones con los medios de comunicación	82
<b>6. Métodos de Relaciones Públicas</b>	<b>85</b>
Tres programas opuestos	85
La palabra impresa	88
Autoedición	90
El arte de escribir	91
House journals o revistas de empresa	92

La fotografía en la Relaciones Públicas	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 virtual</b>	103
Los objetivos de la identidad corporativa	104
El ámbito de un programa de identidad corporativa	107
Diseñar y mantener un estilo propio de la casa	111
Resumen	118
<b>8. Relaciones con la comunidad y responsabilidad social - corporativa</b>	121
Protección del medio ambiente	121
Relaciones con la comunidad	124
<b>9. Investigación, medición y evaluación</b>	145
Investigación aplicada	145
Investigación de opinión	146
La excelencia en la investigación	149
Métodos de evaluación	150
La investigación asociada	151
Algunas observaciones finales sobre la investigación en las relaciones públicas	151
<b>10. Relaciones Públicas internas</b>	153
Comunicación interna eficaz	153
La búsqueda de la excelencia	155
Métodos de comunicación interna	155
<b>11. La gestión de la crisis</b>	169
Las <<incógnitas conocidas>> y las <<incógnitas desconocidas>>	169
Preparando un papel de crisis	170
El incidente Chernobyl	174
La política de crisis de Dow Canadá	174
El desastre del Exxon Valdez	174
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 Públicas dentro de la misma empresa o a través de asesorías	190
Ventajas e inconvenientes de tener su propio departamento de Relaciones Públicas	192
Las ventajas de emplear asesores	192
Cómo elegir el arreglo ideal	193
<b>13. La ética de los códigos éticos</b>	195
Los principios del poder ético	198
Desarrollo de los códigos éticos	201
Conclusión	203
<b>14. Relaciones Públicas internacionales y redes de</b>	205

<b>telecomunicaciones</b>	
Posibles escollos debidos a diferencias de lenguaje	205
Comunicaciones no verbal	206
Consideraciones éticas	206
Medios de comunicación	208
<b>15. Una corta historia sobre el desarrollo del ejercicio de las Relaciones Públicas</b>	219
La evolución histórica en Gran Bretaña	220
Formación del Instituto de Relacionadas Públicas	221
<b>16. La educación en las Relaciones Públicas y perspectivas profesionales</b>	223
El lugar de las Relaciones Públicas en los estudios de dirección de empresas	224
Modelo de programa de estudios	224
Las relaciones públicas como carrera	226
Lecturas adicionales	229