



INDICE

	<u>Págs.</u>
Prólogo	15
1. <i>Definición y diferenciación de las relaciones públicas</i>	17
Definiciones de las relaciones públicas	17
Diferencias entre RP y publicidad	19
Diferencias entre RP y marketing	21
Diferencias entre RP y promoción de ventas	22
Diferencias entre RP y propaganda	23
Diferencias entre RP y publicidad informativa	24
Imágenes	25
Cualidades de un buen experto en RP	28
2. <i>La ética de las relaciones públicas</i>	31
Función de la ética	31
Código de conducta profesional del Instituto de Relaciones Públicas	33
Valor del Código del Instituto de Relaciones Públicas	45
Código de la ACRP de prácticas en asesoría	46
Códigos internacionales de conducta	48

	<u>Págs.</u>
3. <i>Los públicos de las relaciones públicas</i>	57
Definición de los públicos	57
Ejemplos prácticos de públicos	61
4. <i>Departamentos de Relaciones Públicas</i>	65
Departamento o asesoría	65
El gerente de relaciones públicas	67
Las actividades de los departamentos de RP	70
Ventajas y desventajas del gerente y del departamento de relaciones públicas	72
5. <i>Asesorías de relaciones públicas</i>	75
Definición introductoria de los términos	75
Cálculo y presupuesto de los honorarios	78
Documentación	83
Selección de una asesoría	86
Ventajas y desventajas de una asesoría de RP	88
6. <i>El presupuesto</i>	91
Introducción	91
Presupuestos de asesoría y de departamento de RP	92
7. <i>Planificación de los programas de relaciones públicas</i>	101
Introducción	101
Estimación de la situación	103
Definición de objetivos	107
Públicos	109
Medios y técnicas	109
Presupuesto	113
Valoración de resultados	114
8. <i>Evaluación de resultados</i>	117
Naturaleza de los resultados	117
Algunos métodos de valoración	118

	<u>Págs.</u>
9. <i>Relaciones con la prensa</i>	125
Introducción	125
Cómo conseguir buenas relaciones con la prensa	126
¿Qué son las noticias?	129
La divulgación de prensa	131
Estilo de redacción	137
Negociación con los jefes de redacción	141
Actos de prensa	142
10. <i>Los medios de comunicación</i>	147
Introducción	147
Organización de las casas editoriales	149
Cómo funciona la prensa	151
Radio	154
Televisión	156
Distinciones entre radio y televisión	160
11. <i>Películas y otros medios audiovisuales</i>	163
Consideraciones generales	163
Tipos de medios AV	164
Utilización de medios AV	168
12. <i>Publicaciones periódicas de empresa internas y externas</i>	171
Introducción	171
Consideraciones en la planificación de una nueva publicación periódica de la compañía	172
Presupuesto	174
Producción	176
Publicaciones externas	177
Retroalimentación	179
13. <i>Relaciones con los empleados</i>	183
Consideraciones generales	183
Medios y técnicas internas de RP	184
Tareas y objetivos de las comunicaciones con los empleados	188

	<u>Págs.</u>
14. <i>Exposiciones</i>	195
Usos y tipos de RP aplicadas a las exposiciones	195
Naturaleza de las exposiciones	198
Planificación de exposiciones en RP	199
15. <i>Fotografía</i>	203
Importancia y aplicaciones de la fotografía en RP	203
Colaboración con el fotógrafo	205
Comunicación mediante fotografías	205
Pies de fotos	208
Otras consideraciones técnicas	210
16. <i>Procesos de impresión</i>	213
Antecedentes y terminología de la impresión	213
Composición	216
Tipografía	220
Litografía	223
Huecograbado	228
Serigrafía	229
17. <i>Patrocinios</i>	233
Introducción	233
Tipos de patrocinio	234
Aspectos prácticos del patrocinio	236
18. <i>Relaciones públicas aplicadas a la exportación</i>	239
Consideraciones generales	239
Métodos y realizaciones de las RP aplicadas a la exportación	240
Medios en el extranjero	242
Traducciones	245
19. <i>Estudios de mercado</i>	247
Definición	247
Estudios de mercado para el experto en RP	248
Tipos de estudios y técnicas	254

	<u>Págs.</u>
20. <i>Las relaciones públicas en los países en vías de desarrollo</i>	259
Introducción	259
Problemas de RP en los países en vías de desarrollo	259
Dos tareas especiales de la comunicación	262
Oportunidades de RP	264
Medios de comunicación en el Tercer Mundo	266
Técnicas de RP	271
Aplicación del modelo de planificación en seis puntos	273
Problemas de comunicación en el Tercer Mundo	278
RP externas para los países del Tercer Mundo	279

APENDICES

I. Técnica de examen	283
II. Programa de estudios para el examen de relaciones públicas de la LCCI (grado superior)	287
III. Ejemplo de preguntas de examen del programa de relaciones públicas de la LCCI	291
IV. Papel de examen de la LCCI (grado superior)	295
V. Organismos profesionales, publicaciones y servicios de RP	299