

# Sistemas y procesos de las relaciones públicas. Material complementario

Ezequiel Avilés  
Marc de Semir  
Elisenda Estanyol  
Elvira Garcia  
Gloria Jiménez

PID\_00198433

Material docente de la UOC

**Ezequiel Avilés**

Licenciado en Periodismo por la UAB y diplomado en Ciencias Empresariales por la UOC. Ha trabajado en medios de comunicación como *El Punt* y *La Vanguardia*, en consultorías de comunicación y relaciones públicas (Bassat Ogilvy Consejeros de Comunicación, MAPA) y en el departamento de comunicación de diferentes empresas. Formó parte del Área de Comunicación del gabinete del conseller de Economía y Finanzas de la Generalitat de Cataluña y desde el año 2010 es gestor de comunicación corporativa de SEAT. Se incorporó a la UOC en febrero del 2011 como colaborador docente del grado de Comunicación.

**Marc de Semir**

Licenciado en Ciencias de la Información por la UAB, máster en Comunicación científica, diplomado en Comunicación Empresarial por la UPF y PDD por la IESE-UNAV. Ha sido responsable de comunicación del Instituto Europeo del Mediterráneo y de comunicación científica de la Fundación la Caixa. Durante más de diez años y hasta el 2011, ha sido director de comunicación corporativa del grupo Hospital Clínico de Barcelona. En la actualidad es director de Comunicación Corporativa y mecenazgo de la UVIC. Desde el 2012 es colaborador docente de la asignatura *Sistemas y procesos de las relaciones públicas* en la UOC.

**Elisenda Estanyol**

Licenciada en Comunicación Audiovisual (UAB) y máster en Comunicación empresarial especializado en tecnologías digitales (UPF), ha trabajado durante más de diez años como directora de cuentas, responsable de organización de eventos en consultorías de comunicación y relaciones públicas (Llorente & Cuenca, Hill & Knowlton) y en los departamentos de comunicación de diferentes entidades (Colegio de Aparejadores, Arquitectos Técnicos e Ingenieros de la Edificación de Barcelona; Grupo DiR). Desde el 2010, es profesora de *Publicidad y relaciones públicas* en los Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación de la UOC.

**Elvira García**

Licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas por la Escuela Superior de Relaciones Públicas de la UB, consultora en los estudios de Publicidad y Relaciones Públicas en la UOC y tiene un máster en Web: comunicación, marketing y negocio por la UAB (Universidad Autónoma de Barcelona). Inicia su trayectoria profesional en agencias de comunicación multinacionales (Bassat Ogilvy Consejeros de Comunicación, J. W. Thompson y Hill & Knowlton) y más tarde en departamentos de comunicación de empresas hasta la creación, en el 2010, de su propia agencia de comunicación. Desde 2007 es colaboradora docente de la asignatura *Sistemas y procesos de las relaciones públicas* en la UOC.

**Gloria Jiménez**

Doctora por la US, es profesora de esta universidad y consultora en los estudios de Publicidad y Relaciones Públicas en la UOC. Licenciada en Periodismo y en Publicidad y Relaciones Públicas, es máster en Diseño publicitario y en Creación de empresas. Tras su paso por la actividad profesional en medios de comunicación y agencias de publicidad, es autora de artículos científicos y divulgativos, libros y capítulos, además de participante en congresos universitarios y profesionales. Desde 2006 es colaboradora docente de la asignatura *Sistemas y procesos de las relaciones públicas* en la UOC.

El encargo y la creación de este material docente han sido coordinados por la profesora: Elisenda Estanyol (2013)

Primera edición: febrero 2013

© Ezequiel Avilés, Marc de Semir, Elisenda Estanyol, Elvira García, Gloria Jiménez

Todos los derechos reservados

© de esta edición, FUOC, 2013

Av. Tibidabo, 39-43, 08035 Barcelona

Diseño: Manel Andreu

Realización editorial: Eureka Media, SL

Depósito legal: B-361-2013



Los textos e imágenes publicados en esta obra están sujetos –excepto que se indique lo contrario– a una licencia de Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada (BY-NC-ND) v.3.0 España de Creative Commons. Podéis copiarlos, distribuirlos y transmitirlos públicamente siempre que citéis el autor y la fuente (FUOC. Fundació per la Universitat Oberta de Catalunya), no hagáis de ellos un uso comercial y ni obra derivada. La licencia completa se puede consultar en <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/es/legalcode.es>

## Contenidos

### Guías prácticas

Ezequiel Avilés, Marc de Semir, Elisenda Estanyol, Elvira Garcia y Gloria Jiménez

1. ¿Cómo elaborar un *briefing*?
2. ¿Cómo elaborar unas credenciales?
3. ¿Cómo hacer una presentación ante cliente?
4. ¿Cómo elaborar una propuesta de comunicación y relaciones públicas?
5. El *community manager* como nuevo perfil profesional

### Entrevistas a profesionales del sector

Ezequiel Avilés, Marc de Semir, Elisenda Estanyol, Elvira Garcia y Gloria Jiménez

1. Entrevista a Xurxo Torres, director general de Torres y Carrera
2. Entrevista a Núria Mañé, consultora de comunicación en línea
3. Entrevista a Santiago Martínez-Vares Gigliotti, director de Comunicación del Ayuntamiento de Sevilla
4. Entrevista a Adriana Herrera, directora de comunicación de Grupo Solti
5. Entrevista a Noelia Garcia, supervisora de cuentas de Hill + Knowlton Strategies

## Bibliografía

**ADECEC-DIRCOM.** *Manual de buenas prácticas entre consultora y cliente.*  
[http://www.adecec.com/manual\\_practicas.php](http://www.adecec.com/manual_practicas.php)

**AERCO-PSM** (2011). *Community manager: gestión de comunidades virtuales.*

**AERCO-Territorio creativo** (2009). *La función del community manager.*

**Agee; Autt; Cameron; Wilcox** (2001). *Relaciones Públicas, Estrategias y Tácticas.*

**Arun, S.** (2007). "The Metrics of Relationships: Measuring Satisfaction, Loyalty and Profitability of Relational Customers". *Journal of Relationship Marketing* (núm. 6, vol. 2).

**Beverland, M.; Farrelly, F.; Woodhatch, Z.** (2007, invierno). "Exploring the dimensions of proactivity within advertising agency-client relationships". *Journal of Advertising* (núm. 36, vol. 4, págs. 49-60).

**Carrascosa, J. L.** (1992). *Comunicación. Una comunicación eficaz para el éxito de los negocios.* Madrid: CDN.

**Cutlip, S. M.; Center, A. H.** (2001). *Relaciones públicas eficaces.* Barcelona: Gestión 2000.

**Darling-Hammond, L.** (2001). Madrid: Pearson Educación.

**Dwyer, F. R.; Schurr, P. H.; Sejo, O.** (1987, abril). "Developing Buyer-Seller". *Relationships Journal of Marketing* (núm. 51, págs. 11-27).

**García Valcárcel, I.** (2001). *CRM, gestión de la relación con los clientes.* Madrid: Fundación Confemetal.

**Gómez, R. C.** (2006). *Diseño de un programa de retención de clientes para una agencia de publicidad.* Trabajo de máster en Gestión de organizaciones. Universidad de Quebec en Chicoutimi, Bogotá, D. C. Colombia.

**Gómez, C.** (2008, abril). "Cuando un cliente se va... ocurre una tragedia". *Revista P&M* (núm. 326).

**Hill, R.; Johnson, L. W.** (2004). "Understanding creative service: a qualitative study of the advertising problem delineation, communication and response (APDCR) process". *International Journal of Advertising* (núm. 23, págs. 285-307).

**Keller, K. & Kotler, P.** (2006). *Marketing Management* (12.ª ed.). México: Pearson Prentice Hall.

**Laluzza, F.; Xifra, J.** (2009). *Casos de relaciones públicas y comunicación corporativa.* Madrid: Pearson Educación.

**Lichtenthal, J. D.; Shani, D.** (1999). *Fostering Client-Agency relationships: A business buying behavior perspective* Institute for the Study of Business Markets. The Pennsylvania State University.

**VV. AA.** (2006). "Viaje al centro del Medio - La relación entre tres actores de primera línea: las agencias de publicidad, los anunciantes y sus gremios". *P&M* (núm. 308, vol. XXVI).

**Zeithaml, V.; Bitner, M.** (2002). *Marketing de servicios* (2.<sup>a</sup> ed.). México: McGraw-Hill

