Sistemes i processos de les relacions públiques. Material complementari

Ezequiel Avilés
Marc de Semir
Elisenda Estanyol
Elvira Garcia
Gloria Jiménez

PID_00198428

Material docent de la UOC

UOC
Universitat Oberta de Catalunya

Ezequiel Avilés

Llicenciat en Periodisme per la UAB i diplomat en Ciències Empresarials per la UOC. Ha treballat en mitjans de comunicació com *El Punt* i *La Vanguardia*, en consultories de comunicació i relacions públiques (Bassat Ogilvy Consejeros de Comunicación, MAPA) i en el departament de comunicació de diferents empreses. Va formar part de l'Àrea de Comunicació del gabinet del conseller d'Economia i Finances de la Generalitat de Catalunya i des de l'any 2010 és gestor de comunicació corporativa de SEAT. Es va incorporar a la UOC el febrer del 2011 com a col·laborador docent del grau de Comunicació.

Marc de Semir

Llicenciat en Ciències de la Informació per la UAB, màster en Comunicació científica i diplomat en Comunicació Empresarial per la UPF, i PDD per l'IESE-UNAV. Ha estat responsable de comunicació de l'Institut Europeu del Mediterrani, i de comunicació científica de la Fundació La Caixa. Durant més de deu anys i fins al 2011, ha estat director de comunicació corporativa del grup Hospital Clínic de Barcelona. En l'actualitat és director de Comunicació Corporativa i Mecenatge de la UVIC. Des del 2012 és col·laborador docent de l'assignatura Sistemes i processos de les relacions públiques a la UOC.

Elisenda Estanyol

Llicenciada en Comunicació Audiovisual (UAB) i màster en Comunicació empresarial, especialitzat de Tecnologies digitals (UPF). Ha treballat durant més de deu anys com a directora de comptes i responsable d'organització d'esdeveniments en consultories de comunicació i relacions públiques (Llorente i Cuenca, Hill i Knowlton), i també en els departaments de comunicació de diferents entitats (Col·legi d'Aparelladors, Arquitectes Tècnics i Enginyers de l'Edificació de Barcelona; Grup DiR). Des del 2010 és professora de Publicitat i Relacions Públiques als Estudis de Ciències de la Informació i de la Comunicació de la UOC.

Elvira Garcia

Llicenciada en Publicitat i Relacions Públiques per l'Escola Superior de Relacions Públiques de la UB i màster en Web: comunicació, màrqueting i negoci per la UAB. Inicia la seva trajectòria professional en agències de comunicació multinacionals (Bassat Ogilvy Consejeros de Comunicación, J. W. Thompson, i Hill i Knowlton) i més tard continua en departaments de comunicació d'empreses fins a la creació, el 2010, de la seva pròpia agència de comunicació. Des del 2007 és col·laboradora docent de l'assignatura Sistemes i processos de les relacions públiques dels Estudis de Publicitat i Relacions Públiques de la UOC.

Gloria Jiménez

Doctora per la US, és professora de l'aquesta universitat i consultora als Estudis de Publicitat i Relacions Públiques de la UOC. Llicenciada en Periodisme, llicenciada en Publicitat i Relacions Públiques i màster en Disseny publicitari i en Creació d'empreses. Després del seu pas per l'activitat professional en mitjans de comunicació i agències de publicitat, és autora d'articles científics i divulgatius, llibres i capítols, i a més ha participat en congressos universitaris i professionals. Des del 2006 és col·laboradora docent de l'assignatura Sistemes i processos de les relacions públiques de la UOC.

L'encàrrec i la creació d'aquest material docent han estat coordinats per la professora: Elisenda Estanyol i Casals (2013)

Primera edició: febrer 2013
© Ezequiel Avilés, Marc de Semir, Elisenda Estanyol, Elvira Garcia, Gloria Jiménez
Tots els drets reservats
© d'aquesta edició, FUOC, 2013
Av. Tibidabo, 39-43, 08035 Barcelona
Disseny: Manel Andreu
Realització editorial: Eureca Media, SL
Dipòsit legal: B-360-2013

Els textos i imatges publicats en aquesta obra estan subjectes –llevat que s'indiqui el contrari– a una llicència de Reconeixement-NoComercial-SenseObraDerivada (BY-NC-ND) v.3.0 Espanya de Creative Commons. Podeu copiar-los, distribuir-los i transmetre'ls públicament sempre que en citeu l'autor i la font (FUOC. Fundació per a la Universitat Oberta de Catalunya), no en feu un ús comercial i no en feu obra derivada. La llicència completa es pot consultar a http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/es/legalcode.ca

Continguts

Guies pràctiques

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

1. Com elaborar un brífing?
2. Com elaborar unes credencials?
3. Com es pot fer una presentació davant del client?
4. Com elaborar una proposta de comunicació i RP?
5. El gestor de comunitats en línia com a nou perfil professional

Entrevistes a professionals del sector

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

1. Entrevista a Xurxo Torres, director general de Torres i Carrera
2. Entrevista a Núria Mañé, consultora de comunicació en línia
3. Entrevista a Santiago Martínez - Vares Gigliotti, director de comunicació de l'Ajuntament de Sevilla
4. Entrevista a Adriana Herrera, directora de Comunicació del Grupo SOLTI
5. Entrevista a Noelia Garcia, supervisora de comptes de Hill + Knowlton Strategies

Bibliografia

ADECEC-DIRCOM. *Manual de buenas prácticas entre consultora y cliente*. 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* (vol. 6, núm. 2).

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

Carrascosa, J. L. (1992). *Comunicacción. 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.

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

Dwyer, F. R.; Schurr, P. H.; Sejo O. (1987, abril). "Developing buyer-seller". *Relationships Journal of Marketing* (núm. 51, pàg. 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*. Treball de grau de màster de Gestió d'organitzacions. Bogotà, DC (Colòmbia): Universitat de Quebec a Chicoutimi.

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, pàg. 285-307).

Keller, K.; Kotler, P. (2006). *Marketing mangement*. (12a. ed.). Mèxic: Pearson Prentice Hall.

Lalueza, 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.

Zeithaml, V.; Bitner, M. (2002). *Marketing de servicios*. (2a. ed.). Mèxic: McGraw-Hill.