



Oportunidades en la estrategia de relaciones públicas [: estudios y casos /

Carretón Ballester, María Carmen.

Tirant Lo Blanch,
2018.

Recurso Electrónico

La disciplina de las relaciones públicas, con más de un siglo de existencia, analiza, mide y gestiona cómo las organizaciones se relacionan con sus públicos y a través de qué vínculos lo hacen. La evaluación y el seguimiento del comportamiento de las organizaciones para tener control sobre las consecuencias en los diferentes públicos y así prevenir o gestionar conflictos, requiere de las herramientas de comunicación. Cada vez son más prolíferas las investigaciones de organizaciones no gubernamentales, asociaciones, agrupaciones, empresas o figuras políticas que requieren de una estrategia de relaciones públicas para establecer y mantener una relación de equilibrio en beneficio de comprender y solucionar las necesidades de los públicos en relación a sus conductas manifiestas. Las relaciones públicas, por tanto, encuentran su sentido en las consecuencias que emanan de problemas o temas de interés para los públicos, consiguiendo su inclusión en la coalición dominante de las decisiones a tomar. Del uso extendido de las tecnologías de la información y de la comunicación surgen nuevas oportunidades para el ámbito de las relaciones públicas a la par que apremian a las organizaciones a una conducta bidireccional con sus públicos cada vez más segmentados. Si bien las redes sociales, como plataformas para las relaciones virtuales, exigen un mayor análisis de la situación por parte del relacionista público y una mayor dificultad en la medición de resultados, lo que es evidente es que han logrado dar visibilidad y empoderamiento a los públicos. [Fuente : Tirant lo Blanch]

<https://rebiunoda.pro.baratznet.cloud:38443/OpacDiscovery/public/catalog/detail/b2FpOmNlbGVicmF0aW9uOmVzLmJhcmF0ei5yZW4vMzc2OTQ5NDQ>

Título: Oportunidades en la estrategia de relaciones públicas [Recurso electrónico] : estudios y casos coordinadora, Carmen Carretón.

Editorial: Valencia Tirant Lo Blanch 2018.

Mención de serie: Comunica

Bibliografía: Incluye referencias bibliográficas.

Contenido: Prólogo / Antonio Castillo. Los grados universitarios en comunicación corporativa en España en el curso académico 2016-2017 desde la perspectiva de las relaciones públicas / Kathy Matilla, Marc Compte-Pujol, Salvador Hernández, Joan Cuenca-Fontbona. Comunicación en Facebook durante el mes del lazo rosa: el caso de la Asociación Española Contra el Cáncer / Mª Isabel Míguez-González, Juan Manuel Corbacho-Valencia, Alberto Dafonte-Gómez. Imagen de los candidatos y del Presidente los Estados Unidos en el público infantil: respuesta

directa y eye-tracking / Ana Belén Fernández-Souto, Iván Puentes-Rivera, José Rúas-Araujo. La televisión en una crisis de aviación: el caso de germanwings por Telecinco, TVE y TV3 / Sílvia Espinosa-Mirabet, Alexandra Alfonso-Pérez. La comunicación externa de las empresas a través de Facebook: hacia la búsqueda del modelo de relaciones públicas predominante / Francisco Javier Godoy Martín, Ana Almansa Martínez. Los Social Media como plataforma de las relaciones de las emisoras españolas con sus público / Paloma López Villafranca, Isabel Ruiz Mora, Silvia Olmedo Salar. Los lobbies en España. Análisis de su tratamiento periodístico / Antonio Castillo Esparcia, Emilia Smolak Lozano

Restricciones de acceso: Acceso restringido a los usuarios de la Universidad Nebrija. Limitaciones de impresión, copia y descarga.

Detalles del sistema: Ordenador con navegador de Internet

Copyright/Depósito Legal: V-755-2018

ISBN: 9788417069872 9788417069889 ed. electrónica)

Materia: Relaciones públicas- En línea. Planificación estratégica- En línea.

Autores: Carretón Ballester, María Carmen.

Baratz Innovación Documental

- Gran Vía, 59 28013 Madrid
- (+34) 91 456 03 60
- informa@baratz.es