

Para matricularse en el curso IR A MENÚ INICIO - MATRICULA

Tema 1: IDEAS FUNDAMENTALES PARA RELACIONES PÚBLICAS

Introducción.....	9
Relación humana y empresarial.....	10
Haciendo un poco de historia.....	11
Concepto de Relaciones Públicas.....	13
Fines de las Relaciones Públicas.....	14
Cauces hacia la identificación.....	16
Ejercicios	17
Solucionario ejercicios.....	19

Tema 2: FORMAS Y MODOS DE LAS RELACIONES PUBLICAS

No son profesionales de las Relaciones Públicas.....	21
Las Relaciones Públicas no son.....	22
Clasificación de las Relaciones Públicas.....	22
Diferencias entre Publicidad y Relaciones Públicas.....	29
Vías diferentes de actuación del profesional de las RRPP.....	29
Algunos problemas que requieren de las RRPP.....	30
Ejercicios	33
Solucionario ejercicios.....	35

Tema 3: EL FACTOR HUMANO EN LAS RELACIONES PUBLICAS

Cualidades para la práctica profesional de las RRPP.....	37
Niveles profesionales de las RRPP.....	39
Otros Niveles Profesionales.....	40
Ejercicios	41
Solucionario ejercicios.....	43

Tema 4: LA RELACION INTERPERSONAL

El carácter como clave de las relaciones interpersonales.....	45
Leyes caracterológicas que influyen en las relaciones humanas.....	45
Problemática de la convivencia en la entidad.....	47
La necesidad de información.....	48
Atención y Orientación al Cliente.....	49

Comunicación Externa.....	50
Características de la Comunicación Externa.....	51
Principios de la Comunicación Externa.....	52
Ejercicios	55
Solucionario ejercicios.....	59

Tema 5: LA CAMPAÑA DE RELACIONES PUBLICAS

Conceptos básicos en técnicas de Relaciones Públicas.....	61
El Programa de Relaciones Públicas.....	62
Fases de las Relaciones Públicas.....	63
¿Quiénes somos?.....	63
¿Con Quién nos Relacionamos?.....	64
¿Para qué nos Relacionamos?.....	65
Medios de Relación y su Planificación.....	66
Valoración de Resultados.....	68
Investigación en Relaciones Públicas.....	69
Ejercicios	77
Solucionario ejercicios.....	81

Tema 6: CONDUCTA Y ÉTICA PROFESIONAL EN LA EJECUCIÓN PRÁCTICA DE LAS RRPP

Planteamientos de ejecución.....	83
Aspectos legales de la práctica de las RRPP.....	87
Código de la Asociación Internacional de las RRPP.....	92
Código de Atenas.....	93
Código europeo de deontología profesional.....	96
Conclusión	100
Ejercicios propuestos.....	101
Solucionario ejercicios.....	103

Tema 7: EL MARKETING. SU FUNCIÓN EN LA EMPRESA.

¿Qué es el marketing?.....	105
Definición de marketing.....	107
El marketing como función.....	108
El marketing como cultura de empresa.....	109
Marketing y gestión de empresa.....	110

Marketing, ventas y publicidad.....	111
Marketing mix.....	112
Marketing en empresas de productos de consumo.....	115
Marketing en empresas de productos industriales.....	117
Marketing en empresas de servicios.....	119
Marketing en organizaciones no lucrativas.....	121
Ejercicios	123
Solucionario ejercicios.....	127

Tema 8: EL MERCADO.

Definición de mercado.....	129
El marketing y el mercado.....	130
Clasificación del mercado.....	132
La segmentación del mercado.....	134
Segmentación y estrategias.....	136
Condicionantes de la estrategia.....	137
Criterios de segmentación.....	139
Lograr una segmentación efectiva.....	142
Proceso de segmentación.....	143
Segmentar mercados industriales.....	145
Ejercicios.....	147
Solucionario ejercicios.....	151

Tema 9: LOS CONSUMIDORES

El marketing y los consumidores.....	153
Factores influyentes.....	153
Necesidades del consumidor.....	155
La motivación.....	157
Modelos motivacionales.....	157
Conocer las motivaciones del consumidor.....	158
Personas que influyen en la compra.....	159
El proceso de aprendizaje.....	160
Características de su aprendizaje.....	161
Estilos de vida del consumidor.....	162
Evolución de los estilos de vida.....	163
Estilos de vida clásicos.....	164
Nuevos estilos de vida.....	167
Ejercicios.....	173
Solucionario ejercicios.....	179

Tema 10: MARKETING MIX. EL PRODUCTO (I).

Producto y marketing mix.....	181
Influencia del entorno sobre la empresa.....	182
Tipos de productos.....	183
Atributos del producto.....	185
La oferta de productos.....	187
La línea de productos.....	188
Eliminación de productos.....	190
Sistema de eliminación de productos.....	191
Modificación de productos.....	192
Tipología de la marca.....	195
Función y características de la marca.....	197
Estrategias de marca.....	198
Ejercicios	199
Solucionario ejercicios.....	203

Tema 11: MARKETING MIX. EL PRODUCTO (II).

El packaging.....	205
Comunicación y packaging.....	207
El packaging y el consumidor.....	208
El posicionamiento.....	209
Estrategias de posicionamiento.....	210
El reposicionamiento.....	211
Ciclo de vida del producto.....	212
Etapas del ciclo: Introducción y crecimiento.....	214
Etapas del ciclo: Madurez y declive.....	215
Prolongación del ciclo de vida.....	217
Los nuevos productos.....	218
Desarrollo de nuevos productos.....	219
Búsqueda de ideas para los nuevos productos.....	220
Selección de ideas y análisis de viabilidad.....	221
Desarrollo del producto.....	223
Lanzamiento efectivo del producto.....	223
Ejercicios	225
Solucionario ejercicios.....	229

Tema 12: MARKETING MIX: EL PRECIO

El concepto de precio.....	231
Importancia del precio.....	232
Selección de objetivos.....	233

El cliente y los precios.....	234
Demanda, coste y beneficio.....	235
Análisis del punto de equilibrio.....	237
Relación competencia-precio.....	237
Métodos de fijación de precios.....	239
Precios orientados hacia la demanda y competencia.....	241
El precio óptimo.....	242
Determinación del precio óptimo.....	244
La diferenciación de precios.....	245
Tipos de diferenciación.....	246
La diferenciación en los servicios.....	247
Organizaciones no lucrativas y precios.....	248
Ejercicios	251
Solucionario ejercicios.....	255

Tema 13: MARKETING MIX. LA DISTRIBUCIÓN

Circuitos y canales de distribución.....	259
Tipos de distribución.....	262
Políticas de descuentos.....	262
Otras concesiones económicas.....	265
Funciones de la distribución.....	266
Diseño de los canales de distribución.....	267
Análisis de las estructuras alternativas.....	268
Variables que afectan a la distribución.....	270
Selección de productos a distribuir.....	273
Importancia de los canales.....	275
Ejercicios	277
Solucionario ejercicios.....	283

Tema 14: MEDIOS USUALES EN RRPP(I). USO DE LA PALABRA HABLADA

Hablar en Público.....	287
Géneros orales en público.....	291
Conversación telefónica.....	297
El Contacto o Entrevista Personal.....	300
Ejercicios	303
Solucionario ejercicios.....	305

Tema 15: MEDIOS USUALES EN RRPP(II). LA CORRESPONDENCIA Y EL MUNDO DE LA PRENSA.

La Correspondencia.....	307
El Mundo de la Prensa.....	310
Ejercicios	323
Solucionario ejercicios.....	325

Tema 16: MEDIOS USUALES EN RRPP(III). RADIO, TELEVISIÓN, FOTOGRAFÍAS Y PELÍCULAS

Radio y Televisión.....	327
Teleconferencias.....	329
La Fotografía en las Relaciones Públicas.....	330
Películas en las Relaciones Públicas.....	332
Audiovisuales en las Relaciones Públicas.....	336
Circuito Cerrado por Televisión.....	337
Ejercicios	339
Solucionario ejercicios.....	341

Tema 17: MÉTODOS DE RELACIONES PÚBLICAS. CONFERENCIAS Y CONVENCIONES. EXPOSICIONES Y FERIAS COMERCIALES.

Organización de Conferencias y Convenciones.....	343
Algunas Reflexiones sobre la Hospitalidad.....	345
Exposiciones y Ferias Comerciales.....	347
Ejercicios	359
Solucionario ejercicios.....	361