

## **TECNICATURA EN GESTIÓN DE EMPRESAS HOTELERAS**

### **Relaciones Públicas**

**Primer Año**  
**Segundo Cuatrimestre**  
**2011**

---

#### **Objetivos**

Que el alumno:

- Adquiera las aptitudes necesarias para conocer las herramientas de las Relaciones Públicas y poder contratar estos servicios para una empresa Hotelera o de servicios turísticos.
- Adquiera los conocimientos de las comunicaciones aplicadas a los distintos tipos de públicos de una empresa hotelera o turística.
- Adquiera los conocimientos necesarios para realizar acciones de Relaciones Públicas específicamente diseñadas para la hotelería y las áreas del turismo, en pequeños y grandes emprendimientos.
- Detecte oportunidades en la venta del servicio turístico.
- Desarrolle la creatividad en el desarrollo de productos turísticos.
- Pueda integrar y aplicar todos los conocimientos adquiridos en la planificación y organización de negocios turísticos.

---

#### **Normas de Aprobación.**

- 75 % de asistencia a clase, condición de regularidad.
- El modelo evaluatorio será el siguiente: los alumnos serán evaluados de manera continua en su participación, responsabilidad, imagen personal, manejo de lenguaje y respeto. En los trabajos prácticos: oratoria, redacción, presentación, puntualidad y desarrollo.
- Los exámenes parciales serán de manera escrita u oral y serán tenidas en cuenta las características evaluatorias anteriormente nombradas.

---

## **Contenidos:**

### **Unidad I: Relaciones Públicas**

Relaciones Públicas. Concepto. Evolución histórica. Principales exponentes. Elementos y funciones de Relaciones Públicas. Las relaciones públicas en la hotelería. Los públicos de un hotel y una empresa turística. Perfil profesional del relacionista. La importancia de los contactos en las relaciones públicas. Programa de bases de datos. Relación Inter-departamental: publicidad, marketing, prensa, etc.

### **Unidad II: Relaciones públicas en la organización**

Descripción de medios existentes. El producto/servicio turístico y hotelero, la organización hotelera: personalidad corporativa. Imagen corporativa de producto o de servicio. El valor de la marca. Enunciación de herramientas de trabajo más usuales en las RRPP. El departamento interno y la consultora externa. El sistema mixto. Ventajas y desventajas.

### **Unidad III: Comunicación**

Fidelidad comunicacional. Diferencias entre comunicar e informar. Canales Formales e informales de comunicación. La comunicación en hotelería. Elementos de comunicación en hotelería. Manejo de quejas. Imagen personal. La importancia de los estándares. Read & Pass: fundamental para la comunicación hotelera.

### **Unidad IV: Comunicación Social y Opinión Pública**

La Hotelería y el turismo en la comunicación social y su participación en los medios. Acción de prensa. Manejo de crisis. Carpeta de prensa. Gacetillas y conferencias de prensa. Personalidades VIP

### **Unidad V: Proceso de trabajo en Relaciones Públicas**

Investigación de mercado de comunicación. Planificación: Filosofía, políticas, estrategias, tácticas. Plazos. Presupuestos de medios de impresión y de eventos. Comunicación: Acciones visuales, sonoras, audiovisuales y especiales más usuales en Hotelería y Turismo para los distintos tipos de públicos. Papelería: Diseño de isotipos y logotipos y distintos formularios. Material de promoción y ventas.

---

## **Bibliografía:**

- **HARRISON, Shirley.** "Relaciones Públicas, una introducción". Ed. Thomson, España 2002.
- **BAEZ CASILLAS, Sixto.** "Hotelería". Ed. CECSA, Mexico 2003.
- **FERNANDEZ ESCALANTE, Fernando.** "Ciencias de la Información y Relaciones Públicas". Ed. Macchi, España 2000.
- **BLANCO, Lorenzo.** "El planeamiento práctico de RRPP". Ed. Ugerman editor, Argentina, 2000.
- **GUERRERO A , Roberto.** "Protocolo, Ceremonial y RRPP". Argentina 1998.
- **WILCOX, Dennis y Otros** "Relaciones Públicas, Estrategias y Tácticas" 8va. Edición. Pearson. España 2006.