



## Cómo hacer un plan estratégico de comunicación [ : Volumen II : Públicos y stakeholders /

Oliveira dos Santos, Andréa

UOC,  
2018.

Recurso Electrónico

En el volumen II de este cuádruple libro, titulado Públicos y stakeholders, la doctora Andréa Oliveira aborda en profundidad lo que, sin ningún género de dudas, no es tema baladí cuando se trata de gestionar la comunicación: describir a los receptores, es decir, los públicos, auténticos protagonistas del proceso. Partiendo de una exhaustiva revisión bibliográfica para introducir diversos aspectos conceptuales, la autora brasileña describe las diversas tipologías de segmentación de los públicos, según varios criterios, que se sitúan mucho más allá de la clasificación clásica de públicos internos y públicos externos, en la actualidad completamente superada, y que abre las puertas a la aplicación de distintas auditorías para el estudio de dichos públicos, imprescindible en todo plan estratégico. [Fuente: eLibro]

<https://rebiunoda.pro.baratznet.cloud:28443/OpacDiscovery/public/catalog/detail/b2FpOmNlbGVicmF0aW9uOmVzLmJhemF0ei5yZW4vMzAwMDMzNjY>

**Título:** Cómo hacer un plan estratégico de comunicación [Recurso electrónico] : Volumen II : Públicos y stakeholders Andréa Oliveira dos Santos ; prólogo de Montserrat Tarrés ; [Kathy Matilla (ed.) ; Joan Cuenca Fontbona, Guillem Marca Francés].

**Edición:** 1ª ed. digital

**Editorial:** Barcelona UOC 2018.

**Descripción física:** 1 archivo.

**Mención de serie:** Dircom, Asociación de Directivos de Comunicación

**Bibliografía:** Referencias bibliográficas: p. 259-280.

**Contenido:** Prólogo -- Presentación -- Introducción -- Los públicos en las perspectivas teóricas de las relaciones públicas: 1. Los objetivos globales de las relaciones públicas: dos formas de contemplar los públicos en la disciplina ; 2. Los públicos en las perspectivas teóricas de las relaciones públicas centradas en las organizaciones: la perspectiva organizacional ; 3. La perspectiva relacional ; 4. Las relaciones en las relaciones públicas ; 5. Modelo de relación organización-público ; 6. Definiciones de relaciones en las relaciones públicas -- De la comunicación a la relación con los públicos: 1. La adopción de una definición de relaciones públicas -- Conceptualización y

clasificación de los públicos en las relaciones públicas: 1. La terminología asociada a la concepción de públicos en las relaciones públicas ; 2. El concepto de públicos en las relaciones públicas ; 3. Clasificación de los públicos en las relaciones públicas -- Los públicos en la etapa de investigación de los modelos de planificación estratégica de las relaciones públicas: 1. La planificación estratégica de las relaciones públicas ; 2. Los públicos y los modelos de investigación en la planificación estratégica de relaciones públicas ; 3. Los públicos en la etapa de investigación en los modelos de planificación estratégica de las relaciones públicas -- Conclusiones generales -- Referencias bibliográficas -- Autores

**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

**ISBN:** 978-84-9116-396-1 978-84-9116-397-8 ed. electrónica)

**Materia:** Comunicación empresarial- En línea Planificación estratégica- En línea Relaciones públicas- En línea

**Autores:** Cuenca Fontbona, Joan Marca, Guillem Matilla, Kathy Tarrés Ferrán, Montserrat

---

## **Baratz Innovación Documental**

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