



Cómo hacer un plan estratégico de comunicación Vol. III. La investigación estratégica preliminar

Cuenca Fontbona, Joan

Editorial UOC,
2018

Monografía

Este volumen III, La investigación estratégica preliminar, afronta la gran ausente en la gestión profesional de la comunicación: la investigación inicial que cimenta todo plan estratégico y que constituye la primera de sus cuatro etapas. Partiendo de una revisión bibliográfica en profundidad se realiza un recorrido sobre la evolución de la medición desde finales del siglo xix hasta la actualidad, de interés para los profesionales que deseen conocer el nivel de madurez de su praxis sobre la materia; se describen las diferencias entre investigación aplicada y estratégica; se detallan las diversa

<https://rebiunoda.pro.baratznet.cloud:38443/OpacDiscovery/public/catalog/detail/b2FpOmNlbGVicmF0aW9uOmVzLmJhcmF0ei5yZW4vMzcwNTI4NzQ>

Título: Cómo hacer un plan estratégico de comunicación Vol. III. La investigación estratégica preliminar

Editorial: Barcelona Editorial UOC 2018

Descripción física: 1 online resource (266 pages)

Mención de serie: Dircom Ser

Contenido: Cómo hacer un plan estratégico de comunicación Vol. III. La investigación estratégica preliminar; Página legal; Índice; Prólogo; Montserrat Tarrés; Presentación; Kathy Matilla; La investigación en la organización; La investigación aplicada y estratégica; Las auditorías: un instrumento de la investigación aplicada y estratégica de la organización; La auditoría del sistema de relaciones; Las relaciones: un recurso intangible; Las variables del sistema de relaciones; La evolución de la medición de la actividad de relaciones públicas en la teoría de las relaciones públicas El primer período (1850-1920): no investigaciónEl segundo período (1920-1960): investigación de la opinión pública; El tercer período (1960-actualidad): medición de las relaciones con los públicos. Indicadores de medida; Las auditorías de relaciones públicas en la teoría de las relaciones públicas; Los modelos de auditoría para diagnósticos de entorno; Investigación de la opinión pública; Investigación de issues; Los modelos de auditoría para diagnósticos de percepciones; Auditoría de cultura de empresa; Auditoría de identidad corporativa; Auditoría de imagen corporativa Los modelos de auditoría para diagnósticos de la comunicaciónAuditoría de

comunicación interna; Auditoría de comunicación externa; Los modelos de auditoría para diagnósticos sociales; Auditoría de responsabilidad social corporativa; Conclusiones: un modelo de auditoría global de relaciones públicas; Referencias bibliográficas; Autores

Copyright/Depósito Legal: 1333083040

ISBN: 9788491164005 8491164006 9788491164012 8491164014

Materia: Communication planning Business communication Public relations Strategic planning Communication-Planification Communication dans l'entreprise Relations publiques Planification stratégique public relations. Business communication. Communication planning. Public relations. Strategic planning.

Enlace a formato físico adicional: Print version Cuenca Fontbona, Joan. Cómo hacer un plan estratégico de comunicación Vol. III. La investigación estratégica preliminar. Barcelona : Editorial UOC, 2018 9788491163992

Punto acceso adicional serie-Título: Dircom Ser

Baratz Innovación Documental

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