

*Volumen IV***LA INVESTIGACIÓN ESTRATÉGICA
DE EVALUACIÓN***Guillem Marca Francés*

PRÓLOGO	13
<i>Montserrat Tarrés</i>	
PRESENTACIÓN	21
<i>Kathy Matilla</i>	
1. INTRODUCCIÓN	27
1. Las relaciones públicas como función directiva	29
2. La función directiva de las relaciones públicas en las definiciones de la disciplina	30
3. Función directiva y <i>roles</i> profesionales en las relaciones públicas	36
4. La planificación estratégica en las organizaciones.....	43
5. La planificación estratégica de la comunicación y las relaciones públicas	53

6. La evaluación en la planificación estratégica de relaciones públicas y comunicación corporativa.....	65
2. LA EVALUACIÓN EN LAS RELACIONES PÚBLICAS	69
1. La investigación en relaciones públicas.....	70
2. La evaluación en las relaciones públicas: definiciones y principios.....	77
3. La evolución de la evaluación en la literatura de las relaciones públicas	86
3.1. Los inicios	87
3.2. Los años ochenta	89
3.3. Los años noventa.....	90
3.4. El siglo XXI.....	93
4. Tipologías de evaluación en las relaciones públicas.....	96
5. Problemas para la evaluación en las relaciones públicas.....	106
3. ASPECTOS CLAVE PARA LA EVALUACIÓN EN RELACIONES PÚBLICAS	117
1. Objetivos para la evaluación en relaciones públicas.....	119
1.1. Tipología de objetivos.....	122
1.2. Características de los objetivos para una correcta evaluación.....	127
1.3. Dirección por objetivos y evaluación.....	134
2. Tipología de resultados en la evaluación en relaciones públicas.....	138
3. Medición de resultados para la evaluación en relaciones públicas.....	145
3.1. Medición de los resultados <i>output</i>	148
3.2. Medición de los resultados <i>outtake</i>	153
3.3. Medición de los resultados <i>outcome</i>	156

4. Métodos para recopilar datos en la evaluación de las relaciones públicas.....	159
5. Informar de los resultados de la evaluación.....	171

4. MODELOS DE EVALUACIÓN EN RELACIONES PÚBLICAS..... 175

1. Los modelos de evaluación en las ciencias sociales.....	177
2. Los modelos de evaluación en relaciones públicas.....	180
2.1. Scott M. Cutlip, Allen Center (1954). Scott M. Cutlip, Allen Center y Glen M. Broom (1985). Preparation Implementation Impact PII Levels and Steps for Evaluating Public Relations Programs.....	181
2.2. Glen M. Broom (1977). Co-orientational Model ...	192
2.3. James E. Grunig y Todd Hunt (1984).....	196
2.4. James H. Bissland (1990). Modelo fundamentado en la práctica profesional.....	203
2.5. William P. Ehling (1992). La variación compensada de Ehling.....	207
2.6. Jim Macnamara (1992). Macro-model of PR Evaluation.....	211
2.7. Walter K. Lindenmann (1993). Public Relations Effectiveness Yadrstick.....	215
2.8. Jim Pritchitt y Bill Sherman (1994). Evaluation Model.....	219
2.9. David M. Dozier, James E. Grunig y Larissa A. Grunig (1995). Excellence Study.....	225
2.10. Michael Fairchild (1997). Continuous PR Evaluation Model.....	230
2.11. Tom Watson (1997/2001).....	232

2.12. Tom Watson y Paul Noble (1999). Unified Evaluation Model.....	237
2.13. Antonio Nogueru (2000). Las normas de calidad como modelo de evaluación.....	239
2.14. René Arboleda Naranjo (2004). Modelo basado en las técnicas de dirección por objetivos	242
2.15. Katie Delahaye Paine (2006). Dashboards and Scorecards	249
2.16. Public Relations Consultants Association (PRCA) (2007). Modelo econométrico o de evaluación de los objetivos de negocio.....	251
2.17. Nanette Besson (2008). Strategische PR-Evaluation	256
3. Comparativas y comentarios sobre los modelos de evaluación en relaciones públicas	264

5. LA EVALUACIÓN EN LOS MODELOS DE PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA DE LAS RELACIONES PÚBLICAS Y LA COMUNICACIÓN CORPORATIVA (I)..... 273

1. Modelos de planificación estratégica de las relaciones públicas que contemplan la evaluación en sus etapas....	276
1.1. Edward L. Bernays, 1951	276
1.2. William A. Nielander y Raymond W. Miller, 1951	277
1.3. Scott M. Cutlip y Allen H. Center, 1952, 1954	277
1.4. Scott M. Cutlip, Allen H. Center, y Glen M. Broom, 1985.....	277
1.5. Howard Stephenson, 1960	282
1.6. John Marston, 1963.....	284
1.7. Raymond Simon, 1966, 1986.....	288
1.8. Piero Arnaldi, 1968	294
1.9. Philip Lesly, 1971	296
1.10. Antonio Nogueru, 1971, 1990, 1995	298

1.11. Charles Side Steinberg, 1975.....	302
1.12. Lawrence W. Nolte, 1979	304
1.13. Sam Black, 1980.....	307
1.14. Paul Baines, John Egan y Frank Jefkins, 1982, 2004.....	308
1.15. James E. Grunig y Todd Hunt, 1984	311
1.16. Norman R. Nager y T. Harrell Allen, 1984.....	314
1.17. José Roberto Porto Simões, 1984	317
1.18. William P. Ehling, 1985	319
1.19. Stafford Whiteaker, 1986.....	320
1.20. Larry W. Long y Vincent Hazelton Jr., 1987	321
1.21. José Luis Arceo Vacas, 1988	323
1.22. Philippe A. Boiry, 1989.....	324
1.23. Glen M. Broom y David M. Dozier, 1990.....	326
1.24. August Ferrer Forns, 1990	331
1.25. James E. Grunig y Fred C. Repper, 1992.....	332
1.26. Brad E. Hainsworth y Laurie J. Wilson, 1992.....	336
1.27. Claudia Canilli, 1993.....	337
1.28. Shirley Harrison, 1995	338
1.29. Anne Gregory, 1996	339
1.30. Robert Kendall, 1996.....	341
1.31. Otis Baskin, Craig Aronoff y Dan Lattimore (1997).....	344
1.32. Anders Gronstedt, 1997	348
1.33. Philip J. Kitchen, 1997	350
1.34. Mark McElreth, 1997.....	354
1.35. Washington Dante Illescas, 2000	357
1.36. Lorenzo A. Blanco, 2000.....	364
1.37. Doug Newsom, Judy VanSlyke y Dean Kruckeberg, 2000	366
1.38. Denis L. Wilcox, Philip H. Ault, Warren K. Agee y Glen T. Cameron, 2000	370
1.39. Sandra Oliver, 2001	372

1.40. Mario Piedra Rodríguez, 2002.....	375
1.41. Magda Rivero Hernández, 2002.....	376
1.42. Amanda Barry, 2002.....	378
1.43. Margarida Maria Krohling Kunsch, 2003.....	378
1.44. René Arboleda Naranjo, 2004.....	384
1.45. Octavio Isaac Rojas, 2005.....	388
1.46. Kathy Matilla, 2008.....	389
1.47. Jacquie L'Etang, 2009.....	392
2. Comparativa y comentarios sobre los modelos de planificación estratégica de relaciones públicas y comunicación corporativa (I).....	395

6. LA EVALUACIÓN EN LOS MODELOS DE PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA DE LAS RELACIONES PÚBLICAS Y LA COMUNICACIÓN CORPORATIVA (II) 411

1. Modelos de planificación estratégica de comunicación integral o corporativa, empresarial, organizacional, institucional y de reputación.....	413
1.1. John Middleton, 1981.....	413
1.2. Christian Régouby, 1988.....	417
1.3. Annie Bartoli, 1991.....	417
1.4. Roger D'Aprix, 1997.....	418
1.5. Antonio S. Lacasa Blay, 1998.....	420
1.6. Serafina Llano Prieto, 1998.....	423
1.7. Fernando Martín Martín, 1998.....	423
1.8. Michael Morley, 1998.....	424
1.9. Paul Capriotti, 1999, 2009.....	426
1.10. Sherry Devereaux Ferguson, 1999.....	428
1.11. Thierry Libaert, 2000.....	431
1.12. Núria Saló, 2000.....	436
1.13. Francisco Javier Garrido, 2001.....	437
1.14. Carlos Sotelo Enríquez, 2001.....	439

1.15. Pere-Oriol Costa Badía, 2001	439
1.16. Jesús Bermejo, 2001	440
1.17. Rafael Alberto Pérez, 2001	442
1.18. Rodríguez Bravo, 2001.....	444
1.19. Ángel Luis Cervera Fantoni, 2004.....	444
1.20. Javier Fernández del Moral, 2005	446
1.21. Antonio Petit Caro, 2005.....	446
2. Comunicación de crisis e <i>issues management</i>	447
2.1. W. Howard Chase, 1966.....	447
2.2. Alfonso González Herrero, 1998.....	448
2.3. Luis del Pulgar Rodríguez, 1999	449
2.4. Jaume Fita Trias, 1999.....	450
2.5. Luciano H. Elizalde, 2004.....	451
2.6. Jordi Xifra, 2005	452
2.7. Elizabeth Dougall, 2008	455
3. Modelos de planificación estratégica de comunicación interna.....	456
3.1. Marisa del Pozo Lite, 1994.....	456
3.2. Jesús García Jiménez, 1998	456
3.3. Luis Martín del Campo Covarrubias, 1998	457
3.4. Horacio Andrade, 2005	459
4. Comparativa y comentarios sobre los modelos de planificación estratégica de relaciones públicas y comunicación corporativa (II)	460
7. CONCLUSIONES	473
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	477
AUTORES	517