



Plan de Estudios de la Carrera de Licenciatura en Turismo

Nombre de la Asignatura: RELACIONES PÚBLICAS 0

a) Generalidades

		Código:	RPU 0	Duración del Ciclo en Semanas:	16
Prerrequisito (s):	25 Materias aprobadas	Ciclo Académico:	VI	Duración /Hora Clase Minutos:	50
		Área curricular:	Especializada	Número /Hora Clase por Ciclo:	64
		U.V.:	3	Horas Teóricas/ Semanales:	3
				Horas Prácticas/ Semanales:	1

b) Descripción de la Asignatura:

La materia comprende el estudio de las relaciones públicas como herramienta estratégica de comunicación entre la empresa y los diferentes públicos con los que se relaciona, se estudiará desde su conceptualización, los diferentes públicos de la empresa, la opinión pública, las comunicaciones, la relación entre relaciones públicas y los medio de comunicación y finalmente se estudiarán los programas de las relaciones públicas

c) Objetivos Generales de la Asignatura:

Cognitivo:

Diseñar las acciones de relaciones públicas en una institución que contribuyan a mantener un ambiente favorable entre ésta y sus públicos.

Procedimental:

Aplicar las herramientas de las relaciones públicas para la elaboración de un programa en una organización.

Actitudinal:



Plan de Estudios de la Carrera de Licenciatura en Turismo

Valorar la importancia y beneficios de las relaciones públicas en una organización.

d) Contenidos:

UNIDAD I: NATURALEZA DE LAS RELACIONES PÚBLICAS.

Contenido:

- 1.1 Concepto de las relaciones públicas.
- 1.2 Objetivos
- 1.3 Funciones
- 1.4 Tipos de Públicos
 - 1.4.1 Internos
 - 1.4.2 Externos
 - 1.4.3 Otros tipos
- 1.5 Las relaciones públicas y su relación con otras disciplinas.
- 1.6 Ética en las relaciones públicas.

UNIDAD II: LAS RELACIONES PÚBLICAS Y EMPRESAS.

Contenido:

- 2.1 Rol de las relaciones públicas en la empresa.
- 2.2 Organización de las relaciones públicas.
- 2.3 Manejo de crisis
- 2.4 Responsabilidad social Corporativa y Responsabilidad Social Empresarial (además de diferenciar la función del Marketing con Causa)
- 2.6 La opinión pública.
- 2.7 Las relaciones públicas y los elementos intangibles
 - 2.7.1 Identidad
 - 2.7.2 Filosofía
 - 2.7.3 Cultura
 - 2.7.4 Imagen
 - 2.7.5 Reputación

UNIDAD III: PLANIFICACIÓN DEL PROGRAMA DE RPU.

Contenido:

- 3.1 Objetivos
- 3.2 La planificación estratégica
 - 3.2.1 Hechos



Plan de Estudios de la Carrera de Licenciatura en Turismo

3.2.2 Fines

3.2.3 Públicos

3.2.4 Mensaje clave

3.3 Estrategia de relaciones públicas.

3.4 Táctica de relaciones públicas

3.5 Calendario de actividades.

3.6 Presupuesto

3.7 Evaluación

UNIDAD IV: LA OPINIÓN PÚBLICA

Contenido:

4.1 Concepto

4.2 Formación de la Opinión pública

4.2.1 Actitud / Tipos de actitud

4.2.2 Opinión Pública/ Líderes de opinión

4.2.3 Tipos de públicos (Clasificación de audiencias)

4.3 Imagen

4.3.1 Definición

4.3.2 Tipos de imagen

4.3.3 Pasos para desarrollar una imagen

4.4 Gerencia de asuntos públicos

UNIDAD V: RELACIONES PÚBLICAS Y LOS MEDIO DE COMUNICACIÓN

Contenido:

5.1 Selección de medio básicos en Relaciones Públicas:

5.1.1 ATL

5.1.2 BTL

5.2 Actividades de Relaciones Públicas

5.2.1 Acontecimientos especiales

5.2.2 Exposiciones



Plan de Estudios de la Carrera de Licenciatura en Turismo

5.2.3 Patrocinios

5.2.4 Conferencias y presentaciones

5.2.5 Etiqueta

5.2.6 Protocolo

5.3 Tendencias Actuales de la comunicación

5.3.1 Relaciones Públicas 2.0

5.3.2 La comunicación 360^a

e) Estrategia Metodológica:

El programa ha sido estructurado para que el estudiante dentro del proceso de enseñanza aprendizaje, opere tanto en el campo teórico como en el práctico. La enseñanza por parte del profesor de esta materia, será por medio de clases dialogadas en un 75%, apoyado con investigaciones bibliográficas y de campo. Dinámicas grupales en clases orientadas a las discusión de temas, análisis de casos y exposiciones de trabajos, así como también, es recomendable que se realicen controles de lectura, que se invite a personas que son ejecutivas en la empresa para que dicten charlas relacionadas con las actividades de relaciones públicas que estas realizan y visitas a empresas en un 25%.

f) Bibliografía:

Nombre de la Obra	Autor	Casa editora	País	Año de edición	Número de ejemplares en biblioteca
Relaciones Públicas, Profesión y Práctica, 2 ^a . Edic.	Dan Lattimore	Mc Graw Hill	México	2008	5
Relaciones Públicas : estrategias y tácticas. 8a. Edic.	Wilcox, Dennis L.; Cameron, Glen T.; Xifra, Jordi.	Pearson Educación	España	2006	3
Publicidad, promoción y comunicación integral en marketing	Clow, Kenneth E.- Baack, Donald	Pearson	México	2010	14



Plan de Estudios de la Carrera de Licenciatura en Turismo

Relaciones Públicas, Teoría e Historia	Antonio Castillo	Editorial UOC	España	2009	*
-------------------------------------------------	---------------------	------------------	--------	------	---

* En proceso de adquisición