



FACULTAD DE FILOSOFÍA Y CIENCIAS HUMANAS

ESCUELA DE COMUNICACIÓN

1. Datos generales

Materia: COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL Y RELACIONES
Código: CMN0506
Paralelo: A
Periodo : Septiembre-2022 a Febrero-2023
Profesor: RINCON DEL VALLE NATALIA MARIA
Correo electrónico: nrincon@uazuay.edu.ec

Nivel: 5

Distribución de horas.

Docencia	Práctico	Autónomo: 96		Total horas
		Sistemas de tutorías	Autónomo	
64	0	0	96	160

Prerrequisitos:

Ninguno

2. Descripción y objetivos de la materia

Comunicados de prensa, Ruedas de Prensa, Boletines de Información, folletos, comunicación empresarial 2.0 La organización como ser social. Naturaleza y evolución de las Relaciones Públicas, Distintos públicos involucrados.

Identifica distintas herramientas de comunicación para mejorar las relaciones entre la organización y sus públicos.

Reconoce la naturaleza de las relaciones existentes entre la organización y los distintos públicos vinculados y aplica herramientas de las relaciones públicas en la organización.

3. Objetivos de Desarrollo Sostenible



4. Contenidos

1.1	El. Reto de las relaciones públicas
1.2	Las relaciones públicas como proceso
1.3	Los elementos de las relaciones publicas
1.4	Las diferencias de relaciones pu'bllicas y periodismo
1.5	Las diferencias entre las RR.PP. y Publicidad. El marketing
2.1	Una breve historia de las RR.PP.
2.2	La edad media
2.3	Los primeros tiempos en Ame'rica
2.4	El desarrollo Norteamericano

2.5	Las RR.PP. en las épocas modernas
2.6	Tendencias en la práctica actual
3	Comunicados de prensa, boletines de información y folletos
3.1	Planificación de un comunicado de prensa, el formato, el contenido
3.2	Anuncios de prensa, convocatorias de prensa y hojas informativas
3.3	Dossier de prensa.
3.5	Distribuciones de materiales informativos: Correo, correo electrónico, servicios electrónicos de noticias, salas de prensa virtual. Redes sociales.
3.6	Boletines de información y revistas. Folletos. Publicidad de RR.PP. Corporaciones. La corporación moderna de hoy en día
4	Relaciones con los medios de comunicación
4.1	Relaciones con los consumidores.
4.2	Relaciones con los empleados.
4.3	Relaciones medioambientales (2 horas)
5	Comunicación Empresarial 2.0
5.1	El reto de la visibilidad de la empresa en la Red
5.2	El modelo actual de la comunicación empresarial
5.3	La transformación de los medios de comunicación (cambios en medios tradicionales)
5.4	La importancia de los nuevos medios para su empresa. Porque su empresa tiene que estar en Internet
5.5	Servicios Web 2.0 Redefinición de la Comunicación Empresarial.
6	Comunicación Institucional
6.1	Comunicar lo público. Investigando en los orígenes
6.2	Las direcciones de comunicación institucional. Hacia un nuevo modelo de gestión estratégica
6.3	Las direcciones de comunicación de las instituciones públicas. Del concepto a la práctica
7	Identidad de las direcciones de comunicación como servicio público
7.1	Función de responsabilidad social y códigos éticos de la comunicación pública
7.2	Jerarquía dircom y relaciones internas en la estructura de la organización
7.3	Prioridad de la comunicación en el ejercicio presupuestario público

5. Sistema de Evaluación

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

Resultado de aprendizaje de la materia

bg. Reconoce la naturaleza de las relaciones existentes entre la organización y los distintos públicos vinculados y aplica herramientas de las relaciones públicas en la organización

Evidencias

-Identifica distintas herramientas de comunicación para mejorar las relaciones entre la organización y sus públicos.

-Evaluación escrita
-Prácticas de campo (externas)
-Trabajos prácticos - productos

Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Evaluación escrita	CAPITULOS	¿Qué son las Relaciones Publicas? , La evolución de las RR.PP.	APORTE	10	Semana: 4 (11-OCT-22 al 15-OCT-22)
Trabajos prácticos - productos	CAPITULOS	Relaciones con los medios de comunicación , ¿Qué son las Relaciones Publicas? , Comunicados de prensa, boletines de información y folletos, La evolución de las RR.PP.	APORTE	10	Semana: 8 (07-NOV-22 al 12-NOV-22)
Prácticas de campo (externas)	CAPITULOS	Relaciones con los medios de comunicación , ¿Qué son las Relaciones Publicas? , Comunicados de prensa, boletines de información y folletos, La evolución de las RR.PP.	APORTE	10	Semana: 14 (19-DIC-22 al 22-DIC-22)
Evaluación escrita	TODOS LOS CAPITULOS	Relaciones con los medios de comunicación , ¿Qué son las Relaciones Publicas? , Comunicado Empresarial 2.0 , Comunicados de prensa, boletines de información y folletos, Comunicación Institucional , Identidad de las direcciones de comunicación como servicio público, La evolución de las RR.PP.	EXAMEN	20	Semana: 19-20 (22-01-2023 al 28-01-2023)
Evaluación escrita	TODOS LOS CAPITULOS	Relaciones con los medios de comunicación , ¿Qué son las Relaciones Publicas? , Comunicado Empresarial 2.0 , Comunicados de prensa, boletines de información y folletos, Comunicación Institucional , Identidad de las direcciones de comunicación como servicio público, La evolución de las RR.PP.	SUPLETORIO	20	Semana: 20 (al)

Metodología

Descripción	Tipo horas
La metodología de trabajo se fundamentará en el aprendizaje significativo, para lo cual se utilizaron las siguientes herramientas pedagógicas: Aprendizaje basado en problemas (ABP): el estudiante analiza de manera teórico y práctico los elementos que deben inferir en las estructuras organizacionales y elementos administrativos utilizando el conocimiento crítico.	Autónomo
Clase magistral: el docente impartirá sus conocimientos mediante presentaciones audiovisuales que permitan a los estudiantes comprender y captar el contenido y el sentido de aplicación de la materia con el desarrollo de su profesión.	Total docencia

Criterios de evaluación

Descripción	Tipo horas
Los trabajos individuales, según el caso se deberán presentar a través del CAMPUS VIRTUAL, se detallará la rúbrica con la que deben trabajar los contenidos según lo socializado durante las clases. Los trabajos en grupos se realizarán de manera oral, y se calificará durante la hora o horas de clase. La presentación deberá contar con una introducción en donde se describa la problemática objeto de estudio, el desarrollo y discusión del tema, y una conclusión que dé cuenta de las reflexiones alcanzadas por el estudiante. Debe existir una revisión bibliográfica que muestre la actualidad y pertinencia de lo tratado. (Realizarán un envío a la plataforma URKUND)	Autónomo
Los trabajos escritos se evaluará la ortografía, la redacción, la coherencia en la presentación de las ideas y la ausencia de copia textual. Trabajos orales, se evaluará la presentación, ordenamiento de ideas, lenguaje oral y corporal en su exposición. En el análisis de casos, se trabajará con los estudiantes en las aulas y se evaluará la profundidad y pertinencia lógica de del contenido a tratar, así como la aplicación de lo aprendido y creatividad en la resolución. Se realizarán rúbricas para cada una de las actividades a realizar y se socializará con los estudiantes.	Total docencia

6. Referencias

Bibliografía base

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
D´Adamo, Orlando, Virginia García Beaudoux y Flavia Fleidenberg	Mc Graw Hill	Medios de comunicación y opinión pública	2007	
BARQUERO CABRERO, JOSE DANIEL	Gestión 2000	Relaciones públicas aplicadas al ámbito bursátil y su persuasión ante la opinión pública/ Manual de	1999	
Castro Zuñeda, Raúl	Publicaciones UP	"La opinión pública como el gran grupo de interés de las relaciones públicas"	2009	
FAJARDO, Gloria Consuelo; NIVIA, Adriana Marcela		Relaciones públicas y comunicación organizacional: Ejes de la comunicación" Guía de conceptos y saberes".	2016	978-958-725-193-7

Web

Autor	Título	Url
Génova, Antonio Ezequiel	Ceremonial: Empresarial Y Relaciones Públicas	http://site.ebrary.com/lib/uaswaysp/search.action?p00=protocolo+ceremonial+&fromSearch=fromSearch

Software

Revista

Bibliografía de apoyo

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
José Manuel Burgueño Muñoz	Editorial UOC, S.L.	Comunicación institucional para periodistas: Manual práctico de comunicación y relaciones públicas	2018	978-8491802426
Mª Teresa Otero Alvarado Marta Pulido Polo	Editorial Síntesis	Planificación y técnicas de relaciones públicas	2018	978-8491712299

Web

Software

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: **12/09/2022**

Estado: **Aprobado**