



FACULTAD DE FILOSOFÍA Y CIENCIAS HUMANAS

ESCUELA COMUNICACIÓN SOCIAL

1. Datos generales

Materia: RELACIONES PUBLICAS
Código: FLC0270
Paralelo: A
Periodo : Marzo-2018 a Julio-2018
Profesor: RINCON DEL VALLE NATALIA MARIA
Correo electrónico: nrincon@uazuay.edu.ec

Nivel: 8

Distribución de horas.

Docencia	Práctico	Autónomo:		Total horas
		Sistemas de tutorías	Autónomo	
4				4

Prerrequisitos:

Ninguno

2. Descripción y objetivos de la materia

Esta materia pretende responder a algunas preguntas que toda persona se puede hacer sobre qué papel juega la comunicación en las organizaciones, qué objetivos posee, los diferentes públicos con los que nos podemos encontrar, las herramientas más adecuadas de actuación y los diferentes ámbitos en los que desarrolla su acción. Se intenta abarcar los principales elementos estructurales y de aplicación de las Relaciones Públicas y se profundiza, en las técnicas y las estrategias.

La materia se justifica para cumplir con uno de los perfiles de la carrera. La asignatura trata de establecer correlaciones, dependencias, interacciones e implementaciones entre todos aquellos elementos que, a través de la comunicación, inciden y condicionan el entorno, el entramado social en el que la empresa se desenvuelve.

Existe una clara relación con todas las materias de la escuela que tratan el tema de Comunicación Organizacional, las Relaciones Públicas, imagen corporativa así como también con la ética, la investigación, la organización de eventos, la comunicación estratégica, entre otras

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 públicas
1.4.	Las diferencias de relaciones públicas 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 América
2.4.	El desarrollo Norteamericano
2.5.	Las RR.PP. en las épocas modernas
2.6.	Tendencias en la práctica actual

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
3.4.	Distribuciones de materiales informativos: Correo, correo electrónico, servicios electrónicos de noticias, salas de prensa virtual. Redes sociales.
3.5.	Boletines de información y revistas. Folletos. Publicidad de RR.PP.
4.1.	Relaciones con los medios de comunicación
4.2.	Relaciones con los consumidores
4.3.	Relaciones con los empleados
4.4.	La comunicación de marketing
4.5.	Relaciones medioambientales
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: RE-DEFINICIÓN DE LA COMUNICACIÓN EMPRESARIAL

5. Sistema de Evaluación

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

Resultado de aprendizaje de la materia

bm. Aplica herramientas de Relaciones Públicas en la organización.

Evidencias

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

-Evaluación escrita
-Reactivos
-Trabajos prácticos -
productos

-Propone y ejecuta tácticas en las cuales se utilizan las herramientas de relaciones públicas conocidas.

-Evaluación escrita
-Reactivos
-Trabajos prácticos -
productos

-Reconoce la naturaleza de las relaciones existentes entre la organización y los distintos públicos vinculados.

-Evaluación escrita
-Reactivos
-Trabajos prácticos -
productos

Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Reactivos	CAPITULO I	¿Qué son las Relaciones Públicas?	APORTE 1	5	Semana: 4 (02-ABR-18 al 07-ABR-18)
Evaluación escrita	CAPITULO I, II	La evolución de las RR.PP., ¿Qué son las Relaciones Públicas?	APORTE 2	10	Semana: 8 (01-MAY-18 al 05-MAY-18)
Trabajos prácticos - productos	CAPÍTULOS I, II, III	Comunicados de prensa, boletines de información y folletos, Corporaciones. La corporación moderna de hoy en día, La evolución de las RR.PP., ¿Qué son las Relaciones Públicas?	APORTE 3	15	Semana: 13 (04-JUN-18 al 09-JUN-18)
Trabajos prácticos - productos	TODOS LOS CAPÍTULOS	Comunicación Empresarial 2.0, Comunicados de prensa, boletines de información y folletos, Corporaciones. La corporación moderna de hoy en día, La evolución de las RR.PP., ¿Qué son las Relaciones Públicas?	EXAMEN	20	Semana: 17-18 (01-07-2018 al 14-07-2018)
Evaluación escrita	TODOS LOS CAPÍTULOS	Comunicación Empresarial 2.0, Comunicados de prensa, boletines de información y folletos, Corporaciones. La corporación moderna de hoy en día, La evolución de las RR.PP., ¿Qué son las Relaciones Públicas?	SUPLETORIO	20	Semana: 19 (al)

Metodología

Criterios de evaluación

6. Referencias

Bibliografía base

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
Castro Zuñeda, Raúl	Publicaciones UP	"La opinión pública como el gran grupo de interés de las relaciones públicas"	2009	
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	

Web

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

Software

Revista

Bibliografía de apoyo

Libros

Web

Software

Revista

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: **02/03/2018**

Estado: **Aprobado**