



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
 FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES CUAUTITLÁN
 LICENCIATURA: DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL**

PROGRAMA DE LA ASIGNATURA DE:					
RELACIONES PÚBLICAS					
IDENTIFICACIÓN DE LA ASIGNATURA					
MODALIDAD:	Curso				
TIPO DE ASIGNATURA:	Teórica				
SEMESTRE EN QUE SE IMPARTE:	Séptimo				
CARÁCTER DE LA ASIGNATURA:	Optativa				
NÚMERO DE CRÉDITOS:	2				
HORAS DE CLASE A LA SEMANA:	2	Teóricas: 2	Prácticas: 0	Semanas de clase: 16	TOTAL DE HORAS: 32
SERIACIÓN OBLIGATORIA ANTECEDENTE:	Ninguna				
SERIACIÓN OBLIGATORIA SUBSECUENTE:	Ninguna				

OBJETIVO GENERAL

Introducir al alumno en los principios básicos de los procesos de las relaciones públicas.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Al finalizar el curso, el alumno:

- A) Identificará y valorará los procesos de las relaciones públicas como una actividad profesional en el desarrollo de la Comunicación Visual. B) Sabrá diseñar estrategias de comunicación y el plan de medios para la difusión de mensajes. C) Describirá las principales formas de presentación en actividades de relaciones públicas. D) Definirá estrategias de comunicación, para el desarrollo de las relaciones públicas.

ÍNDICE TEMÁTICO

UNIDAD	TEMAS	Horas Teóricas	Horas Prácticas
1	Qué son las Relaciones Públicas	4	0
2	Comunicación y Relaciones Públicas	4	0
3	Estructura de la Actividad de las Relaciones Públicas	4	0
4	Técnicas y Medios	5	0
5	Modelos y Métodos	4	0
6	Gestión	5	0
	Tareas de Investigación y Ejercicios Prácticos	6	0
	Total de Horas Teóricas	32	
	Total de Horas Prácticas		0
	Total de Horas		32

Unidad I: Qué son las relaciones públicas

- 1.1. Qué constituye un programa de relaciones públicas?
- 1.2. Quienes utilizan las relaciones públicas
- 1.3. Aplicación práctica de las relaciones públicas
- 1.4. La actualidad y el futuro de las relaciones públicas

Unidad II: Comunicación y relaciones públicas

- 2.1. Historia de la Comunicación Social
- 2.2. Comunicación de las Organizaciones
- 2.3. Comunicación Interpersonal
- 2.4. Comunicación Interna
- 2.5. Comunicación Externa
- 2.6. Comunicación Política
- 2.7. Comunicación Empresarial
- 2.8. Comunicación Financiera
- 2.9. Comunicación Corporativa

Unidad III: Estructura de la Actividad de las Relaciones Públicas

- 3.1. Relaciones Públicas Directas
- 3.2. Relaciones Públicas Promocionales
- 3.3. Protocolo
- 3.4. Patrocinio y Mecenazgo
- 3.5. Programas de Identidad Corporativa

Unidad IV: Técnicas y Medios

- 4.1. Técnicas de Expresión Oral
- 4.2. Relaciones Públicas en los Medios Impresos
- 4.3. Relaciones Públicas en los Medios Audiovisuales
- 4.4. Relaciones Públicas en radio y TV
- 4.5. Relaciones públicas, publicidad y propaganda
- 4.6. Planificación de Medios
- 4.7. Estrategias de Relaciones Públicas por Objetivos
- 4.8. Gestión de Cuentas y las Relaciones Públicas

Unidad V: Modelos y Métodos

- 5.1. Técnicas de Investigación en las Relaciones Públicas
- 5.2. Los diversos públicos
- 5.3. Opinión pública
- 5.4. Micromedios y microaudiencias
- 5.5. Modelos del Análisis Publicitario

Unidad VI: Gestión

- 6.1. Organización y Dirección del Gabinete de Comunicación
- 6.2. Dirección, Planificación y Gestión de las Relaciones Públicas

BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- Byars, L.: Gestión de los recursos humanos. Ed. Irwin. Barcelona, 1992.
- Díez de Castro, E.: Investigación en marketing. Ed. Civitas. Madrid, 1993.
- Elorduy, J.: Estrategia de empresa y recursos humanos. Ed. McGraw-Hill. Madrid, 1995.
- Grande Esteban, I.: Fundamentos y técnicas de investigación comercial. Ed. ESIC. Madrid 1992.
- Hill, C.: Administración estratégica. Un enfoque integrado. Ed. McGraw-Hill. Madrid 1990.
- Homedes, J.: La promoción de ventas. Ed. B.B.B. Buenos Aires, 1988.
- Lawrence, A.: Gestión práctica de la distribución comercial. Ed. Deusto. Madrid, 1993.
- Mischel, W. Personalidad y evaluación. Trillas, México 1973.
- Pelechano, V. E. Ibáñez, E.: Psicología de la Personalidad. Alhambra, Madrid 1989.
- Sánchez Guzman, Jose Ramon: Introducción a la teoría de la publicidad Ed. Tecnos. Madrid. 1979
- Salen, H.: Distribución.
- Situación y perspectivas. Ed. Distribución consulting. Barcelona, 1983.
- Tompson, A.: Dirección y Administración estratégicas. Conceptos, casos y lecturas. Ed. Irwin. Barcelona, 1976.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- Klepper, O.: Publicidad. Ed. Prentice Hall. Barcelona, 1995
- Labrador, F.J. Los modelos factoriales-biológicos en el estudio de la personalidad. DDB, Bilbao 1984.
- Pervin, L.A. Personalidad: teoría, diagnóstico e investigación. DDB, Bilbao 1993

CIBERGRAFÍA

www.rppnet.com.ar/relacionespublicas.htm

www.gestiopolis.com/recursos/.../relhumitoiz.htm

SUGERENCIAS DIDÁCTICAS RECOMENDADAS PARA IMPARTIR LA ASIGNATURA

SUGERENCIAS DIDÁCTICAS	UTILIZACIÓN EN EL CURSO
Exposición oral	✓
Exposición audiovisual	✓
Ejercicios dentro de clase	✓
Ejercicios fuera del aula	✓
Lecturas obligatorias	✓
Trabajo de investigación	✓
Prácticas de taller	✓
Prácticas de campo	✓
Otras	

MECANISMOS DE EVALUACIÓN

ELEMENTOS UTILIZADOS PARA EVALUAR EL PROCESO ENSEÑANZA-APRENDIZAJE	UTILIZACIÓN EN EL CURSO
Exámenes parciales	✓
Examen final	✓
Trabajos y tareas fuera del aula	✓
Participación en clase	✓
Asistencia	✓
Exposición de seminarios por los alumnos	

PERFIL PROFESIOGRÁFICO REQUERIDO PARA IMPARTIR LA ASIGNATURA

LICENCIATURA	POSGRADO	ÁREA INDISPENSABLE	ÁREA DESEABLE
Lic. En Diseño Gráfico, Comunicación Gráfica, Diseño y Comunicación Visual, Lic. En Relaciones Internacionales, Lic. Sociología	En Artes Visuales, Relaciones Humanas, Relaciones Públicas	Relaciones Humanas, Públicas	