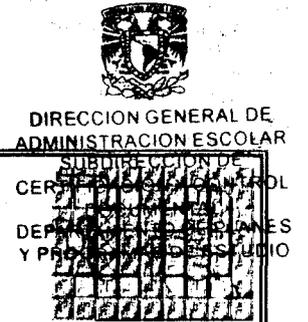




**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES CUAUTITLÁN
DIVISIÓN DE CIENCIAS QUÍMICO BIOLÓGICAS**

1073



CARRERA DE : INGENIERÍA QUÍMICA
ORGANO INTERNO QUE COORDINA EL PROGRAMA DE LA ASIGNATURA: DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CAMPO : COMPLEMENTARIO
MODALIDAD : CURSO
ASIGNATURA PRECEDENTE: NINGUNA

PAQUETE TERMINAL : ADMINISTRACIÓN
CARÁCTER DE LA ASIGNATURA: OPTATIVA
HORAS/SEMANA/SEMESTRE : P 2

PROGRAMA DE: RELACIONES PÚBLICAS
UBICACIÓN SEMESTRE : 8º, 9º
No. DE CRÉDITOS : 2
ASIGNATURA SUBSECUENTE: NINGUNA

INTRODUCCIÓN

Un buen ingeniero no solo es aquél capaz de diseñar u optimizar un proceso industrial. Las relaciones humanas son importantes para el desenvolvimiento social de cualquier individuo; y en particular, para un profesionista que labora en una empresa industrial, es importante para propiciar un ambiente laboral pleno de compañerismo y motivar al personal a su cargo a lograr los objetivos de la empresa e individuales.

OBJETIVO GENERAL DE APRENDIZAJE :

El alumno al finalizar el curso, conocerá, interpretará y aplicará los conocimientos obtenidos para mejorar o mantener una excelente imagen personal u organizacional ante sus públicos, tanto internos como externos; y propiciar un ambiente laboral que permita alcanzar los objetivos propuestos en tiempo y forma.

PROGRAMA:

<p>UNIDAD I ORIGEN DE LAS RELACIONES PÚBLICAS (4 h) I.1 Antecedentes históricos I.2. Conceptualización I.3 La opinión pública I.4 Organismos reguladores y códigos de ética de las Relaciones Públicas</p>	<p>UNIDAD IV. DINÁMICA FUNCIONAL DEL DEPARTAMENTO DE RELACIONES PÚBLICAS. (4 h) CONTENIDO : IV.1 Necesidad de creación del departamento de Relaciones Públicas. IV.2 Funciones, políticas y procedimientos IV.3 Asesoría externa de R.P. y sus características IV.4 Ventajas y desventajas de un departamento interno IV.5 Ventajas y desventajas de contratar servicios externos</p>
<p>UNIDAD II IMPORTANCIA DE LAS RELACIONES PÚBLICAS (6 h) CONTENIDO : II.1 Para el Ing. Químico II.2 Para la organización internamente II.3 Con los públicos externos II.4 La comunicación bidireccional II.5 La publicidad institucional, comercial y subliminal. II.6 El espacio vital, el horizonte visual, los apoyos corporales y voz</p>	<p>UNIDAD V. CAMPO INTERNO DE LAS RELACIONES PÚBLICAS EN LA ORGANIZACIÓN (7 h) CONTENIDO : V.1 Áreas de aplicación V.2 Técnicas a emplear V.3 Análisis de medios masivos de comunicación V.4 Programas de R.P y su aplicación.</p>
<p>UNIDAD III UBICACIÓN DE LAS RELACIONES PÚBLICAS EN LAS ORGANIZACIONES (4 h) CONTENIDO : III.1 El publirrelacionista III.2 Aspectos generales de aplicación en áreas funcionales III.3 Los públicos externos y las relaciones públicas III.4 Departamentalización de las Relaciones Públicas.</p>	<p>UNIDAD VI CAMPO EXTERNO DE LAS RELACIONES PÚBLICAS INTERNAS (7 h) CONTENIDO : VI.1 Públicos externos directos. VI.2 Accionistas e inversionistas VI.3 Públicos externos indirectos VI.4 La competencia</p>

METODOLOGÍA DE LA ENSEÑANZA :

Exposición oral por parte del profesor.

Lecturas obligatorias.

Trabajos de investigación.

Mesas de trabajo

Clínicas de R.P.

Visitas guiadas

MÉTODO DE EVALUACIÓN :

Exámenes parciales.

Examen final.

Trabajos.

Exposición ante grupo

Participaciones

REQUISITOS PARA CURSAR LA ASIGNATURA :

Ninguno.

PERFIL PROFESIOGRÁFICO DE QUIEN IMPARTE LA ASIGNATURA :

Lic. en Administración o Lic. en Contaduría

BIBLIOGRAFÍA**BÁSICA :**

Ríos Szalay, Jorge.

Relaciones Públicas. Trillas. México. 1998.

Marston, John E.

Relaciones Públicas Modernas.

McGraw-Hill México. 1991.

Moore, H. Frazier

Relaciones Públicas : principios, casos y problemas.

CECSA. México. 1991.

Soria, Victor M.

Relaciones Públicas y Humanas. Orientación.
México. 1998.

Jeffins, Frank

Relaciones Públicas

Madrid. Edaf. 1992.

Fernández Escalante, Fernando M.

Ciencia de la Información y Relaciones Públicas
3a ed. Macchi. Buenos Aires. 1989.

COMPLEMENTARIA :

Philip, Lesly

Nuevo Manual de Relaciones Públicas
Barcelona : Martínez Roca. 1991.

Bernal Sahagún, Víctor Manuel

Anatomía de la Publicidad en México
5a ed. Ed. Nuestro Tiempo. México, 1992.



DIRECCION GENERAL DE
ADMINISTRACION ESCOLAR
SUBDIRECCION DE
CERTIFICACION Y CONTROL
DOCUMENTAL
DEPARTAMENTO DE PLANES
Y PROGRAMAS DE ESTUDIO