UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES CUAUTITLAN

LICENCIATURA EN: QUÍMICA.

NOMBRE DE LA ASIGNATURA: RELACIONES PÚBLICAS.

ÓRGANO INTERNO QUE COORDINA EL PROGRAMA DE LA ASIGNATURA:

DEPARTAMENTO DE: CIENCIAS ADMINISTRATIVAS.

SECCIÓN DE: ADMINISTRACIÓN.

CICLO AL QUE PERTENECE: FORMACIÓN GENERAL.

REQUISITO DE SERIACIÓN: NINGUNO.

CARÁCTER DE LA ASIGNATURA: OPTATIVA.

TIPO DE ASIGNATURA: TEÓRICA.

MODALIDAD: CURSO.

SEMESTRE: 6°, 7°, 8°.

NÚMERO DE HORAS /SEMANA/ SEMESTRE:

TEORÍA:

3.5

PRÁCTICA:

N° DE CRÉDITOS:

7

CLAVE

1830

OBJETIVO GENERAL DE LA ASIGNATURA.

Diseñar y desarrollar programas de relaciones públicas para crear, modificar o mantener la buena imagen de las organizaciones.

UNIDAD 1. LA INTERACCIÓN Y LA INTERRELACIÓN HUMANA.

Número de horas de teoría: 6.

OBJETIVO DE LA UNIDAD.

Identificar y diferenciar a las relaciones públicas con otro tipo de relaciones del contexto humano.

- 1.1 Las relaciones humanas, su concepto y su clasificación.
- 1.2 Las relaciones industriales en las empresas.
- 1.3 Las relaciones internacionales, su objetivo e importancia en el país.
- 1.4 Las relaciones públicas, su concepto e identificación en las organizaciones.

UNIDAD 2. LA COMUNICACIÓN.

Número de horas de teoría: 11.

OBJETIVO DE LA UNIDAD.

Conocer el papel que juega la comunicación en toda actividad humana así como en las relaciones públicas.

- 2.1 Concepto e importancia de la comunicación.
- 2.2 La comunicación interpersonal.
- 2.3 El proceso de comunicación: elementos esenciales.
- 2.4 Barreras para lograr una comunicación interpersonal efectiva.
- 2.5 La comunicación en las organizaciones.
 - 2.5.1 Las direcciones de la comunicación.
 - 2.5.2 Las redes de la comunicación.
- 2.6 Factores que influyen en la comunicación de las organizaciones.

UNIDAD 3. LAS RELACIONES PÚBLICAS. SU ORIGEN, JUSTIFICACIÓN, LOCALIZACIÓN E IMPORTANCIA.

Número de horas de teoría: 8.

OBJETIVO DE LA UNIDAD.

Aprender el contexto de las relaciones públicas con el individuo, la organización y su entorno.

- 3.1 Precusores de las relaciones públicas y su impacto en el desarrollo de la humanidad.
- 3.2 Su necesidad en las empresas.
- 3.3 Áreas funcionales directas e indirectas de las relaciones públicas.
- 3.4 El impacto de las relaciones públicas en la empresa.
 - La opinión pública.
 - 3.5.1 Elementos de la opinión pública.
- 3.6 La imagen y su creación.
- 3.7 Los grupos y su importancia en las relaciones públicas.
- 3.8 Los públicos, su clasificación e importancia.

UNIDAD 4. ESTRUCTURA Y FUNCIONAMIENTO DE UNA UNIDAD DE RELACIONES PÚBLICAS.

Número de horas de teoría: 11.5.

OBJETIVO DE LA UNIDAD.

Determinar las estructuras y sus alcances en el área de relaciones públicas así como su dinámica funcional.

- 4.1 Alcance y tamaño de la unidad de relaciones públicas.
- 4.2 Cargas funcionales de los puestos.
- 4.3 Políticas y procedimientos de relaciones públicas .
- 4.4 Tipos de programas de relaciones públicas.

UNIDAD 5. LAS RELACIONES PÚBLICAS INTERNAS.

Número de horas de teoría: 11.5.

OBJETIVO DE LA UNIDAD.

Identificar la función de relaciones públicas a nivel interno de la organización.

- 5.1 Técnicas y métodos para aplicar las relaciones públicas a nivel interno.
- 5.2 Las relaciones públicas como función de staff de la alta gerencia, la gerencia media y la gerencia de primera línea.
- 5.3 Las relaciones públicas con el personal de oficina y con el personal de planta.
- 5.4 El apoyo del área de relaciones públicas a otras áreas de la organización.

UNIDAD 6. LAS RELACIONES PUBLICAS EXTERNAS.

Número de horas de teoría: 8.

OBJETIVO DE LA UNIDAD.

Conocer los tipos de públicos externos y aprovecharlos de forma óptima.

- 6.1 El gobierno como órgano regulador, impositivo, competidor y financiador.
- 6.2 La comunidad y su impacto con la organización.
- 6.3 Los proveedores, sus productos y/o servicios. Negociaciones.
- 6.4 Los clientes, su importancia. Los clientes potenciales.
- 6.5 Los Accionistas y su permanencia con la organización.
- 6.6 Los Sindicatos como apoyo para la consecución de las metas de la organización.
- 6.7 Los Competidores y la lealtad con el mercado mutuo.

METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE.

Se efectúa a través de:

- Exposición del profesor.
- Exposición audiovisual.
- Lecturas comentadas.
- Dinámica de grupo.
- Trabajos de investigación.
- Estudio de casos.

PROPUESTA DE EVALUACIÓN.

Se efectúa a través de:

- Exámenes parciales.
- Exámenes finales.
- Participación en clase.

- Trabajos y tareas fuera del aula.

PERFIL PROFESIOGRÁFICO DEL DOCENTE.

Profesional en el área de Administración preferentemente con posgrado en Administración, experiencia profesional y conocimientos de didáctica.

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA.

1. Alonso, M. y C. Bonilla, *Relaciones públicas*, Edamex, México, 1997.
2. Marston, John J.L. *Relaciones públicas modernas*, McGraw Hill, México, 1998.
3. Mercado Hernández, Salvador. *Relaciones públicas aplicadas. Un cambio hacia la productividad*, Thomson Learning, México, 2000.
4. Simon, Raymond. *Relaciones públicas*, Limusa, México, 2002.
5. Voros, Gerald J. y Paul H. Álvarez. *¿Qué sucede en relaciones públicas?*, Limusa, México, 2002.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA.

1. Ávila, R.E. *Estrategias y tácticas de comunicación integradora*, Imagen, México, 1999.
2. Ávila, R.E. *Relaciones públicas*, Imagen, México, 1997.
3. Barquero, J.D. *Relaciones públicas financieras*, Gestión 2000, México, 2001.
4. Wilcox, Dennis L. et al. *Relaciones públicas. Estrategias y tácticas*, Addison Wesley, México, 2001.