



FACULTAD POLITÉCNICA
DIRECCIÓN ACADÉMICA

PROGRAMA DE ESTUDIO

I. IDENTIFICACIÓN

Carrera	: Licenciatura en Turismo	CARGA HORARIA (Horas reloj)	
Asignatura	: Relaciones Públicas I	Carga Horaria Semestral	50
Semestre	: Quinto	Carga Horaria Semanal	5
Código	: 3155	Clases teóricas	25
Área	: Profesional	Clases prácticas	25
Pre-requisitos	: Ninguno	Laboratorio	-
	:	Otro (especificar)	-

II. FUNDAMENTACIÓN

Con el desarrollo de la materia se pretende que los alumnos, logren dimensionar la importancia de la materia, Relaciones Humanas y Públicas, como eje fundamental en la carrera de Turismo. Porque el conocimiento e interpretación, le ayudara a poner en práctica, la Estructura comunicacional de la empresa en sus aspectos internos y externos, con herramientas básicas para el manejo de Organización Empresarial y el manejo de los recursos humanos, técnicos, estratégicos, para lograr la calidad profesional en base a las tendencias actuales.

Profundizar determinados aspectos como: Potenciar la investigación básica y aplicada a los objetivos acorde con las necesidades de comunicación de las Organizaciones. Crear concientización empresarial y social sobre la necesidad de comunicación, que se convierta como uno de los ejes fundamentales en demandas de trabajo de empresas y consecuentemente de personal.

Realizar una correcta preparación de los alumnos para que profesionalmente puedan satisfacer adecuadamente las demandas comunicativas de las organizaciones.

III. COMPETENCIAS

- Capacidad para organizar y planificar el tiempo.
- Capacidad para identificar, plantear y resolver problema.
- Capacidad de resolución de problemas.
- Capacidad de análisis y de síntesis.
- Capacidad de razonamiento crítico y reflexivo.
- Habilidad para buscar, procesar y analizar información procedente de fuentes diversas.
- Utilizar Tecnologías de la Comunicación y de la Información (Tics).

IV. OBJETIVOS GENERALES DE LA ASIGNATURA

- Manejo fluido de las Técnicas de Comunicación en todas sus modalidades (oral, escrita, audiovisual y digital).

V. CONTENIDOS

Unidad I - Los Medios de Comunicación Social

- 1.1- Los Medios de comunicación social .Las RR.PP. y los RR.HH, en la Organización
- 1.1.1- La Organización. Concepto. Fines. Principios.
- 1.1.2- Estructura.
- 1.1.3- Enfatizar la función de los RR.HH en la Organización.
- 1.1.4- Relaciones públicas y comunicación.
- 1.2- Modelo de comunicación en el ámbito social.
- 1.1.2- Porque se comunican las personas.
- 1.3- Procesos de la comunicación.
- 1.3.1- Emisor (fuente de la comunicación).
- 1.3.2- Mensaje (codificación).

MISIÓN

Formar en valores, ciencias y técnicas para responder a los desafíos socioambientales, a través de la investigación docencia y extensión.

VISIÓN

Centro de formación tecnológica y científica con prestigio nacional e internacional.



- 1.3.4- Señales.
- 1.3.5- Ruidos.
- 1.3.6- Decodificador.
- 1.3.7- Receptor.
- 1.3.8- Retroalimentación (freeback).
- 1.3- Comprobación del auditorio.
- 1.3.1- Factores elementales en las RR.PP.
- 1.4- La opinión Pública.
- 1.1.4- Concepto.
- 1.1.5- Objetivos.

Unidad II - Relaciones Públicas

- 2.1- Relaciones públicas.
- 2.2- Conceptos.
- 2.3- Objetivos fundamentales de la RR.PP.
- 2.4- Funciones básicas de las RR.PP.
- 2.5- Los grandes objetivos de un Dpto. de RR.PP. y comunicación.
- 2.6- Factores necesarios para que haya comunicación.
- 2.7- Niveles de comunicación.
- 2.8- Las 7c. de una comunicación eficiente.
- 2.9- Áreas de comunicación.
- 2.10- Cualidades esenciales de un buen relacionista público.
- 2.2- Las RR.PP en el Sector Privado.
- 2.2.1- Prensa Empresarial.
- 2.2.2- Concepto.
- 2.2.3- Clasificación.
- 2.3- Objetivos de las RR.PP en el Sector Público.
- 2.3.1- RR.PP. en la Administración Pública.
- 2.3.2- Servicios Públicos.
- 2.3.3- Clasificación.

Unidad III - El Público y las Comunicación en la RR.PP

- 3.1- Definición de Públicos.
- 3.2- Clasificación general y especial.
- 3.2.1- Interno y externo.
- 3.2.2- Análisis de cada uno de ellos.
- 3.2- Relaciones Sociales y de Servicio.
- 3.2.1- Con el Gobierno.
- 3.2.2- Con las Fuerzas Armadas.
- 3.2.3- Con las iglesias.
- 3.2.4- Con las escuelas.
- 3.3- Razones para definir los públicos.
- 3.3.1- Resultados de no definir públicos.
- 3.3.2- Públicos especiales y comunes a toda organización comercial.
- 3.3.2.1- Comunidad.
- 3.3.3.1- Los empleados
- 3.3.3- Proveedores de servicios y materiales.
- 3.3.4- Inversores (el mercado monetario).
- 3.3.5- Distribuidores.
- 3.3.6- Consumidores y usuarios.
- 3.3.7- Líderes de opinión.

Unidad IV - Promoción Turística

- 4.1- Definición de promoción turística.
- 4.2- Instrumentos de la promoción turística.
- 4.2.1- Publicidad.
- 4.2.2- Propaganda y RR.PP.
- 4.3- Definiciones.
- 4.3.1- Marketing.
- 4.3.2- Promoción de ventas.

MISIÓN

Formar en valores, ciencias y técnicas para responder a los desafíos socioambientales, a través de la investigación docencia y extensión.

VISIÓN

Centro de formación tecnológica y científica con prestigio nacional e internacional.



- 4.3.2.1- Institucional.
- 4.3.2.2- De defensa.
- 4.4- Aspectos de la promoción turística.
- 4.4.1- Dirección.
- 4.4.2- Realización.
- 4.4.3- Control.
- 4.4.4- Evaluación de resultados.
- 4.5- La promoción y los medios de comunicación y sus técnicas.
- 4.5.1-Técnicas utilizadas en las RR.PP.

Unidad V - Protocolo

- 5.1- Definición.
- 5.2- Clasificación.
- 5.3- Principios Básicos de Urbanidad.
- 5.3.1- Tratamientos y formas de saludo.
- 5.3.2- Actos protocolares en diferentes circunstancias.
- 5.3.3- Reglas elementales de cortesía.
- 5.4- Buenos modales en lugares públicos (calles, escaleras, ascensores, restaurantes, filas para atención al público, coches, cines, excursiones, viajes en grupos, hoteles, etc.).

Unidad VI - Técnicas protocolares en el sector turístico

- 6.1- Tratamientos de banderas.
- 6.2- Tratamiento de Autoridades.
- 6.3- Tratamiento de Personalidades.
- 6.4- Elaboración de programas de desarrollo de actos protocolares para iniciar un acto.
- 6.2- Colocación de banderas.
- 6.2.1- Anfitrión.
- 6.2.3- Invitados.
- 6.2.4- Según la ley de la derecha de la proximidad y de la precedencia.
- 6.3- Cómo organizar.
- 6.3.1- Comidas oficiales.
- 6.3.2- Vinos de honor.
- 6.3.3- Cócteles.
- 6.3.4- Conferencia de prensa.
- 6.3.5- Cursos.
- 6.3.6- Congreso.
- 6.3.7- Seminarios.

Unidad VII - Mesa y Conducta de Eventos - Reuniones

- 7.1- Presidencia de mesas.
- 7.2- Comitiva clásica.
- 7.3- Invitados de honor.
- 7.3.1- Según estilo Inglés.
- 7.3.2- Según estilo Francés.
- 7.3.3- Clásico.
- 7.4- Relaciones Laborales.
- 7.4.1- Reglas del jefe y de la secretaria.
- 7.4.2- La mujer ejecutiva.
- 7.4.3- Relacionamiento con el personal.
- 7.4.4- Almuerzos, desayunos y canas de trabajos.
- 7.4.5- Viajes ejecutivos.

Unidad VIII - Conducta Protocolar en Gastronomía: El arte en la Mesa

- 8.1- Disposición de los cubiertos.
- 8.3- Mantelería.
- 8.4- Servilletas.
- 8.4.1- Uso de servilletas.
- 8.4.2- Casos.
- 8.5- Vajillería.
- 8.6- Copas.

MISIÓN

Formar en valores, ciencias y técnicas para responder a los desafíos socioambientales, a través de la investigación docencia y extensión.

VISIÓN

Centro de formación tecnológica y científica con prestigio nacional e internacional.



- 8.7- Bebidas.
- 8.8- Modos de servir y retirar.
 - 8.8.1- Los platos.
 - 8.8.2- Las bebidas.
- 8.9- Orden de servir los alimentos.
- 8.10- Cómo comer las frutas.
- 8.11- Postres y cafés.
 - 8.11.1- Dónde y cómo servirlos.
- 8.12- Despedidas.
- 8.13- Los NO en la mesa.
- 8.14- Deberes de un buen anfitrión.
- 8.15- Decálogo de las RR.PP.

IV. METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA

Las competencias se adquirirán preferentemente a través de:

- Clases Teóricas.
- Participativa, colaborativa e interactiva, con intercambio de ideas y experiencias.
- Clases Prácticas.
- Exposiciones individuales o grupales, con criterios pre-establecidos para la evaluación.
- Preguntas dirigidas.

VI. METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN

El sistema de evaluación se realizará conforme a lo establecido en el reglamento vigente de la facultad.

VII. BIBLIOGRAFÍA

Básicas:

- CASTILLO ESPARCIA, “Antonio, Introducción a las Relaciones Publicas”, impreso en España, Instituto de Investigación en RR.PP.2010.
- CARRETÓN BALLESTER, Ma. Carmen y RAMOS SOLER, Irene, (2009.) “Las Relaciones Públicas en la Gestión de la Comunicación Interna”. Asociación de Investigadores en RR.PP, impreso en Alicante España, 2009.
- BARQUERO CABRERO, J. “Comunicación y Relaciones Publicas, de los Orígenes Históricos al Nuevo Enfoque de Planificación Estratégica”, Madrid, Mc.Graw Hill.2001.
- BONILLA GUTIÉRREZ, “La Comunicación Función Básica de las Relaciones Públicas” México, Editorial Trillas SA de CV, 1998.

Complementarias:

- FRANZ JEFKINS, “Relaciones Públicas”, Edición Distribuciones, Madrid 1982.
- NIELANDERS W.; RAYMOND W., “Relaciones Públicas”, Li D, Séptima edición, Editorial Hispano Europea, Barcelona España, año 1.970.
- RAYMON, Simón, “Relaciones Públicas Teoría Y Práctica”, Editorial Limusa Noriega, México, año 1990.
- . MARSTON, Jhon E, “Relaciones Públicas Modernas”, Mc Graw Hill, México, 1981.
- RAMÍREZ BLANCO, Manuel, “Teoría General de Turismo”, 2º edición Universitaria de Bs. As., año 1993.

MISIÓN

Formar en valores, ciencias y técnicas para responder a los desafíos socioambientales, a través de la investigación docencia y extensión.

VISIÓN

Centro de formación tecnológica y científica con prestigio nacional e internacional.



Universidad Nacional del Este
Facultad Politécnica

Campus Universitario, Km 8 Lado Acaray
Calle Universidad Nacional del Este c/ Rca. Del Paraguay
Ciudad del Este – Paraguay

Teléfono y Fax 061 575.112/13 – 577.261/62
574.980 – 577.427 – 577.436
Web: www.fpune.edu.py
Email: secretaria@fpune.edu.py

-
- CHAUMELY , Jean y HUISMAN, D. “**Relaciones Públicas**” , Editorial Universitaria de Bs. As.1993.
 - AÑORGA, Joaquín , “**Composición** ”, Ediciones Escolares, Escuela Nueva Madrid, España, año 1991.

MISIÓN

Formar en valores, ciencias y técnicas para responder a los desafíos socioambientales, a través de la investigación docencia y extensión.

5

VISIÓN

Centro de formación tecnológica y científica con prestigio nacional e internacional.