



FACULTAD POLITÉCNICA
DIRECCIÓN ACADÉMICA

PROGRAMA DE ESTUDIO

I. IDENTIFICACIÓN

Carrera	: Licenciatura en Turismo	CARGA HORARIA (Horas reloj)	
Asignatura	: Relaciones Públicas II	Carga Horaria Semestral	50
Semestre	: Sexto	Carga Horaria Semanal	5
Código	: 3165	Clases teóricas	25
Área	: Profesional	Clases prácticas	25
Pre-requisitos	: 3155	Laboratorio	-
		Otro (especificar)	-

I. 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, 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 acordes con las necesidades de comunicación de las Organizaciones. Crear concienciación 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 alumnos para profesionalmente pueda n satisfacer adecuadamente las demandas comunicativas de las organizaciones.

II. COMPETENCIAS

- Utilizar Tecnologías de la Comunicación y de la Información (Tics).
- Capacidad para organizar y planificar el tiempo.
- Capacidad para identificar, plantear y resolver problemas.

III. OBJETIVOS GENERALES DE LA ASIGNATURA

- Manejo fluido de las Técnicas de Comunicación en todas sus modalidades (oral, escrita, audiovisual y digital).
- Resolución de problemas.
- Capacidad de análisis y de síntesis.
- Razonamiento crítico y reflexivo
- Habilidades para buscar, procesar y analizar información procedente de fuentes diversas.

IV. CONTENIDOS

Unidad I - Relaciones Públicas y los Medios de Comunicación Social

- 1.1- Su importancia.
- 1.2- Clasificación de los medios de comunicación masiva: Prensa. Radio. (medios audiovisuales) Prensa Digital. Cine, Videos, TV. Cable.
 - 1.2.1- Caracteres de cada uno de los medios.
- 1.3- Características de cada medio de comunicación.
- 1.4- Recursos utilizados por cada uno de los medios.
- 1.5- Ventajas y desventajas.
- 1.6- Tipos de Programas de Radio y de TV.
 - 1.6.1- Cómo se trabaja en Radio y en TV.
 - 1.6.2- Cómo se recogen las informaciones.
- 1.7- Cómo funciona la Prensa.
 - 1.7.1- El Cine y sus funciones.
- 1.8- Medición de resultados.

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.



Unidad II - Los Enfoques en las Técnicas de Comunicación Social

- 2.1- Clasificación de los instrumentos utilizados según el medio en que se desarrolle.
- 2.2- Los Enfoques pueden ser directos e indirectos.
- 2.3- Los Enfoques Directos comprenden las modalidades orales y escritas..
- 2.4- Los Tipos de Enfoques Orales.
 - 2.4.1- Seminarios.
 - 2.4.2- Coloquios.
 - 2.4.3- Viajes de información.
 - 2.4.4- Reuniones.
 - 2.4.5- Actividades sociales locales.
 - 2.4.6- Convivios y recorridos.
 - 2.4.7- Exposiciones.
 - 2.4.8- Conferencia de prensa.
- 2.5- Los tipos de Enfoques Directos Escritos son: Boletines, correspondencias; redacción; (cartas) Comunicados; Periódicos, Revistas, Afiches, Folletos. Semanarios, Carteles, pasacalles, etc.
- 2.6- Los tipos de Enfoques Indirectos comprende: Correos. Encuestas. Sondeos de Opinión. Uso del Teléfono para sondeos y encuestas. Ventajas y desventajas.

Unidad III - La Ética en las Relaciones Públicas

- 3.1-Que es la Ética en las RR.PP. Concepto.
- 3.2- Valores. Concepto.
- 3.3- Funciones.
- 3.4- Importancia Errores-Vicios frecuentes cometidos en las empresas.
- 3.5- Capacitación del personal.
- 3.6- Código de Ética en las R.R.P.P.

Unidad IV- Imagen Corporativa de la Empresa

- 4.1- Concepto.
- 4.2- Misión. Visión.
- 4.3- Objetivos.
- 4.4- Proyecto Empresarial.
 - 4.4.1- Elementos.
 - 4.4.2-Cultura.
 - 4.4.3- Identidad Corporativa.
- 4.5- .El papel de la Imagen corporativa.
- 4.6- Tendencias.
 - 4.6.1-Relaciones Sociales.
- 4.7- Responsabilidad Social.
- 4.8- Clases de imágenes.

Unidad V- Estructura de las Relaciones Públicas en las Empresas u Organizaciones: Departamento de recursos humanos y RR.PP

- 5.1- Comunicación Interna y Externa.
- 5.2- Como potenciar.
- 5.3- Importancia y Funciones dentro de la Organización.
- 5.4- Tipo de Comunicación.
- 5.5- Clasificación.
 - 5.5.1- Internas y Externas.
- 5.6- Tipo de comunicaciones.
 - 5.6.1- Ascendente; descendente; Horizontal y Transversal.
 - 5.6.2- La prensa empresarial.
- 5.7- Clasificación.
 - 5.7.1- Órganos internos.
 - 5.7.2- Órgano semi-externo.
 - 5.7.3- Órgano externo.
- 5.8- A quien va dirigido.
- 5.9 - Cómo se relacionan entre órganos empresariales.
 - 5.9.1- Formales.

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.



- 5.9.2- Memorando y otros.
- 5.9.3- Relaciones formales: e informales.
- 5.10- Cualidades y requisitos de un buen relacionista público.

Unidad VI - Planificación de Programas de R.R.P.P

- 6.1- Que es Planificar
- 6.2- Como Planificar Programas de RR.PP.
- 6.3- Formato Razones para planificar.
 - 6.3.1- Procedimiento.
- 6.4- Redacción de Correspondencias.
 - 6.4.1- Informes.
 - 6.4.2- Guion Radiofónico.
- 6.5- Publicación periódica de una empresa.
- 6.6- Tipos de publicaciones.
- 6.7- Aspectos que deben considerarse en la publicación periódica de una empresa.
 - 6.7.1- Lectores.
 - 6.7.2- Cantidad.
 - 6.7.3- Frecuencia.
 - 6.7.4- Política.
 - 6.7.5- Nombre de la publicación.
 - 6.7.6- Proceso de la impresión.
 - 6.7.7- Estilo.
 - 6.7.8- Formato.
 - 6.7.9- Venta o distribución.
 - 6.7.10- Publicidad.
 - 6.7.11- Costo.
 - 6.7.12- Público o lectores específicos.
 - 6.7.13- Retroalimentación.
 - 6.7.14- Medición de resultados.

Unidad VII - Técnica de Investigación

- 7.1- Formulas IACE / AIDA.
- 7.2- Proceso.
 - 7.2.1- Trabajo Práctico.
 - 7.2.2- Exposición del tema investigado en base a Estudio de casos.
 - 7.2.3- Aplicación de cuestionarios y la aplicación de encuestas.
 - 7.2.3- Entrevistas-para el área de R-P.
- 7.4- Técnicas de Investigación.
 - 7.4.1- Lectura.
 - 7.4.2- Contemplación.
 - 7.4.3- Observación.
 - 7.4.4- Sondeos de Opinión y encuestas.
 - 7.4.5- Entrevistas; Clases: Personales y profundas.
- 7.5- Definición. Objetivos.
- 7.6- Recolección de datos.
- 7.7- Resolución de problemas.
- 7.8- Elección de prioridades.
- 7.9- Definición de Públicos.
- 7.10- Selección de medios y técnicas.
- 7.11- Presupuesto o costo.
- 7.12- Valoración de publicaciones.
- 7.13- Evaluación.

Unidad VIII - Departamento Interno de Relaciones Públicas en las Empresas

- 8.1- Concepto. Estructura.
- 8.2- Funcionamiento.
 - 8.2.1- Fines Responsabilidades del Gerente.
- 8.3- Quienes trabajan para el Departamento
- 8.4- Tamaño del Departamento de RR.PP.

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.



8.5- Quien es el Gerente.

8.5.1- Responsabilidades del Gerente.

8.5.2-Tareas específicas del Gerente.

8.6- Mejor cooperación entre el Jefe y la Gerencia. Actividades del departamento interno de R.R.P.P.

Unidad IX - Asesoría de R.R.P.P.

9.1- Asesoría de R.R.P.P. o Consultoría. Concepto.

9.1.1- Definición de Asesoría y de cliente que ofrece.

9.2- Modalidad del servicio.

9.2.1- Duración de los servicios.

9.2.2- Cálculo y presupuesto de honorarios.

9.2.3- El valor del presupuesto.

9.3- Formularios utilizados para el cliente y la explicación para el cliente.

9.3.1- Cómo trabajar con el cliente.

9.3.2- Contacto.

9.3.3- Informaciones.

9.4- Sistema de honorarios.

9.5- Método de trabajo.

9.5.1- Hojas de tiempo de Asesoría.

9.5.2- Planificar la rutina.

9.5.3- Planificación del trabajo.

9.6- Servicios que ofrece.

9.7- Comparar y diferenciar Departamento de R.R.P.P. y asesoría de R.R.P.P.

9.7.1- Ventajas y Desventajas.

V. METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA

Las competencias se adquirirán preferentemente a través de:

- Clases Magistrales en aula.
- Clases Prácticas en Aula y Trabajos grupales.
- Trabajos Prácticos.
- Clases Teóricas.

VI. METODOLOGIA DE EVALUACIÓN

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

VIII. BIBLIOGRAFÍA

Básicas:

- CASTILLO ESPARCIA ,Antonio, “**Introducción a las Relaciones Publicas**” España Instituto de Investigación en RR.PP.2010.
- CARRETÓN BALLESTER, Ma. Carmen y RAMOS SOLER, Irene, “**Las Relaciones Publicas en la Gestión de la comunicación Interna**”, Asociación de Investigadores en RR.PP, 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:

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.



- 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 Moderanas**”, Mc Graw Hill, México- 1981.
- RAMÍREZ BLANCO, Manuel, “**Teoría General de Turismo**”, 2º edición Universitaria de Bs. As.1993.
- CHAUMELY Jean y HUISMAN, D. “**Relaciones Públicas**”, Editorial Universitaria de Bs. As. ,1993.
- AÑORGA, Joaquín, “**Composición**”, Ediciones Escolares, Escuela Nueva Madrid, España, 1991.

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.