

DATOS DE IDENTIFICACIÓN

MATERIA:	TALLER DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN Y RELACIONES PÚBLICAS				
CENTRO ACADÉMICO:	CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES				
DEPARTAMENTO ACADÉMICO:	COMUNICACIÓN				
PROGRAMA EDUCATIVO:	LIC. EN COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL				
AÑO DEL PLAN DE ESTUDIOS:	2012	SEMESTRE:	9º	CLAVE DE LA MATERIA:	20856
ÁREA ACADÉMICA:	COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL		PERIODO EN QUE SE IMPARTE:	AGOSTO-DICIEMBRE	
HORAS SEMANA T/P:	0/5		CRÉDITOS:	5	
MODALIDAD EDUCATIVA EN LA QUE SE IMPARTE:	AMBIENTES COMBINADOS		NATURALEZA DE LA MATERIA:	OBLIGATORIA	
ELABORADO POR:	MTRA. MARÍA DE LOURDES CHIQUITO DÍAZ DE LEÓN				
REVISADO Y APROBADO POR LA ACADEMIA DE:	COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL		FECHA DE ACTUALIZACIÓN:	AGOSTO 2020	

DESCRIPCIÓN GENERAL

El taller aborda una de las tantas herramientas que manejan las organizaciones actuales, establece a las relaciones públicas como la más importante estrategia de comunicación de mediano y largo plazo para lograr opciones favorables de los distintos públicos con los que una entidad interactúa. El alumno desarrolla y construye un trabajo en el que será posible aplicar las habilidades y actitudes revisados y puestos en práctica durante la carrera. El profesor guía en la propuesta de soluciones de parte de los alumnos para subsanar o eficientar problemas específicos de comunicación y relaciones públicas. La materia busca que el alumno adquiera la actitud de sensibilidad ante los procesos de comunicación, así como el valor de la responsabilidad social.

OBJETIVO (S) GENERAL (ES)

El alumno diseñará, implementará y evaluará las comunicaciones institucionales, las acciones de imagen corporativa, las funciones de asuntos públicos, lobbying, relaciones comunitarias y otras similares.

CONTENIDOS DE APRENDIZAJE

UNIDAD TEMÁTICA I: Conceptos básicos de las Relaciones Públicas (25 horas aprox.)		
OBJETIVOS PARTICULARES	CONTENIDOS	FUENTES DE CONSULTA
El alumno conocerá los conceptos básicos de las relaciones públicas y su utilidad dentro de las	1.1 Definición de Relaciones Públicas 1.2 Relaciones Públicas en el mundo actual. 1.3 Desafíos en las Relaciones Públicas	3,4,5,6,7,12,13,18,19



organizaciones.	<p>Enfoque Estratégico de las Relaciones Públicas (Programa de Relaciones Públicas)</p> <p>1.4 Relaciones Públicas Internas</p> <p> 1.4.1 Comunicación con los empleados</p> <p> 1.4.2 Medios para la comunicación con los empleados</p> <p>1.5 Relaciones Públicas Externas</p> <p> 1.5.1 Relaciones con los clientes</p> <p> 1.5.2 Relaciones con la comunidad</p> <p> 1.5.3 Relaciones con el gobierno</p> <p> 1.5.4 Relaciones con los medios de comunicación</p> <p> 1.5.5 Relaciones con Líderes de opinión y públicos especiales (Universidades, ONG´s , etc) Activismo en las Relaciones Públicas</p> <p>1.6 Perfil del relacionista público.</p>	
-----------------	--	--

UNIDAD TEMÁTICA II: ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN Y RELACIONES PÚBLICAS (20 horas aprox.)

OBJETIVOS PARTICULARES	CONTENIDOS	FUENTES DE CONSULTA
El alumno conocerá lo que son las estrategias de comunicación, el proceso de planeación fases y elementos que la integran.	<p>2.1. Importancia de las Estrategias de Comunicación en la integración del Plan de RP.</p> <p>2.2 Estrategias de responsabilidad Social y Relaciones Públicas</p> <p>2.3 Estrategias de Relaciones Públicas en situación de crisis (Desastres naturales, crisis mediáticas o financieras.</p> <p>2.4 Gestión estratégica de comunicación para foundrising</p> <p>2.5 Estrategias de liderazgo como herramienta de Relaciones Públicas</p> <p>2.6 Estrategia de confianza</p> <p>2.7 Estrategia de protocolo, eventos, diplomacia, ceremonial en las relaciones públicas.</p>	1, 4,5,6,7,8,11,13, 14,15,17

UNIDAD TEMÁTICA III: RELACIONES PÚBLICAS 2.0 (35 horas aprox.)

OBJETIVOS PARTICULARES	CONTENIDOS	FUENTES DE CONSULTA
El alumno reflexionará acerca del uso de plataformas digitales como herramientas sustantivas en el plan de estratégico de RP.	<p>3.1.- Relaciones Públicas globales</p> <p>3.2.- Relaciones Públicas y medios de comunicación</p> <p>3.3 Sala de Prensa Virtual (Relaciones Digitales con los Medios)</p> <p>3.4.- Relaciones Públicas a través de Internet. (El advenimiento de las TICs)</p> <p>3.5.- Relaciones Públicas y Social Media (Facebook -Blogs,Twitter, e-gestión, RSS, tienda en línea...)</p> <p>3.6 Elementos multimedia</p>	1,8, 9,10,18, 19



UNIDAD TEMÁTICA IV: PLAN ESTRATÉGICO DE RELACIONES PÚBLICAS (20 horas aprox.)		
OBJETIVOS PARTICULARES	CONTENIDOS	FUENTES DE CONSULTA
El alumno conocerá y será capaz de realizar un plan de comunicación para una empresa previamente seleccionada.	4.1 Definición y Características del Plan de RRPP 4.2 Líneas que definen el Plan Estratégico de Relaciones Públicas 4.3 Fases y elementos que integran el Plan de Relaciones 4.4 Análisis e investigación - Análisis Externo (Análisis del entorno, análisis de los públicos, análisis de la imagen) 4.5 Análisis Interno (Cultura Organizacional, Recursos Disponibles, Diagnóstico estratégico) 4.6 Formulación de objetivos 4.7 Diseño del Plan. 4.8 Desarrollo y Ejecución 4.9 Evaluación.	1, 4,5,6,7,8,11,13, 18.

METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA - APRENDIZAJE

Este curso se llevará a cabo con el formato de taller cuya característica principal es la investigación y la realización de proyectos por parte de los alumnos, y la aplicación en el trabajo práctico de los contenidos que sean expuestos en clase tanto por el profesor como por los alumnos, según se requiera. Por su naturaleza integradora el taller será coordinado por el profesor, quien se encargará de guiar el trabajo de investigación y evaluar los avances a lo largo y al final del semestre.

Cada proyecto, de acuerdo a su temática y naturaleza, será asignado a la asesoría principal del profesor, además de contar con sesiones de asesoría o trabajo.

Asimismo, el taller implica evaluaciones en las etapas clave del desarrollo del proyecto, en donde habrá sesiones de trabajo de todo el grupo o en grupos menores para presentar y discutir los avances.

RECURSOS DIDÁCTICOS

El curso es práctico, por lo que se utilizarán materiales impresos y audiovisuales de aquellos temas que requieran reflexión o análisis, utilizando para esto los recursos de las Tic's.

EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES

El taller se evaluará dependiendo de los avances que presente el alumno, enfocándose en los siguientes elementos:

- | | |
|--------------------|-----|
| 1. Primer Parcial | 20% |
| 2. Segundo Parcial | 20% |

*En caso de no aplicar algún elemento, escribir **N/A**

Código: FO-030200-13
Revisión: 02
Emisión: 13/12/11



3. Participación y lecturas	20%
4. Trabajo Final y Presentación.	40%

FUENTES DE CONSULTA

BÁSICAS:

- 1.- BARQUERO, José Daniel; Pérez Senac, Roman (coautor) (2010); *Dirección Estratégica de Relaciones Públicas*; Ed. PROFIT; Barcelona,
- 2.- BARQUERO Cabrero, José Daniel, Dr. H.C. y Barquero Cabrero, Mario, Dr. H. C. coordinadores, (2005). *Manual de Relaciones Públicas, Comunicación y Publicidad*, Barcelona, Editorial Gestión 2000.
- 3.- BARQUERO Cabrero, José Daniel y BARQUERO Cabrero, Mario; (2002). *El Libro de Oro de las Relaciones Públicas*. Ed. Gestión 2000. Barcelona.
- 4.- BLACK, Sam, (2000) *El ABC de las Relaciones Públicas*. Ed. Gestión 2000, Barcelona.
- 5.- PALENCIA-LEFLER, Daniel, (2008); *90 Técnicas de Relaciones Públicas; Manual de Comunicación Corporativa*. Ed. PROFIT; Barcelona.
- 6.- RIES, Al, (2002) *Las relaciones Públicas en el Siglo XXI*. Ed. Mc Graw Hill, México.
- 7.- SEITEL Fraser P. (2002), *Teoría y Práctica de las Relaciones Públicas*, Madrid, Pearson Educación,
- 8.- WILCOX, Denis L., Cameron, Glen T., Xifra, Jordi (2006) *Relaciones Públicas: Estrategias y Tácticas*, Madrid, Pearson Educación, 8º Edición
- 9.- L´Etang, Jaquie, Xifra, Jordi (2009); *Relaciones Publicas: conceptos, práctica y crítica*, Barcelona, UOC.
- 10.- MATILLA, KATHY (2009). *Conceptos fundamentales en la planificación estratégica de las relaciones públicas*, Barcelona, UOC.
- 10.- REBEIL CORELLA, MA. ANTONIETA, coordinadora (2006) *Comunicación Estratégica en las Organizaciones*, México, Editorial Trillas, Universidad Anáhuac.
- 11.- CANILLI, CLAUDIA(1993). *“Curso de Relaciones Públicas”*, Barcelona Edit. De Vecchi.
- 12.- MARSTON, JOHN E, (1997). *“Relaciones Públicas Modernas”*; México, Edit. McGraw Hill.
- 13.- Dr. JAVIER SALLA GARCÍA *Plan estratégico de Relaciones Públicas* Bosch Editor(2008)
- 14.- MÍGUEZ GONZÁLEZ MARÍA ISABEL “Los Públicos en las Relaciones Públicas”. UOC (2010)
- 15.- XIFRA TRIADÚ JORDI “Técnicas de Relaciones Públicas” Editorial UOC (2007)
- 16.- MATILLA KATY “Cambio social y Relaciones Públicas (2014)
- 17.- DÍ GÉNOVA, ANTONIO EZEQUIEL “ Ceremonial Empresarial: el ceremonial de la Relaciones Públicas”. UGERMAN EDITOR (2010).
18. KRISHNAMURTHY SRIRAMESH. “Relaciones públicas globales, teoría, investigación y práctica”. EDITORIAL UOC (2013)
- 19.- SORÍA IBARRA, MARÍA DEL MAR “La Gestión estratégica de las Relaciones Públicas en la Organizaciones Sociales” Editorial UOC (2017)