



**UNIVERSIDAD FERMIN TORO
VICE RECTORADO ACADEMICO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y SOCIALES
ESCUELA DE COMUNICACION SOCIAL**

PROGRAMA INSTRUCCIONAL

RELACIONES PÚBLICAS I

CODIGO		SEMESTRE	U.C.	DENSIDAD HORARIA				PRE - REQUISITO
ASIGNADO	EQUIVALENTE			H.T	H.P/H.L	H.A.	THS/AÑO	
REP-723		VII	2	1		3	4/64	S/P

Especialista en contenido:	LIC. SONIA PÉREZ F.	AUTORIZADO POR: VICE-RECTORADO ACADÉMICO (FIRMA Y SELLO)
Fecha de elaboración:	JUNIO, 2.001	
Elaborado por:	LIC. SONIA PÉREZ F.	

FUNDAMENTACION

Esta asignatura introduce a los estudiantes en la problemática general de la disciplina académica, en el contexto de los procesos de comunicación. Define las áreas específicas de las Relaciones Públicas, sus actores y sus diversas aplicaciones en empresas, instituciones, organismos oficiales, entidades de bien público y personalidades. Delimita y caracteriza sus vinculaciones con las disciplinas afines y presenta los medios, los públicos y los instrumentos recurridos profesionalmente.

Usando como modalidad y estrategia de enseñanza las siguientes: Teórico-Práctica, Análisis de Situaciones – Estudio de Casos, Exposición del Facilitador, Exposición del Participante

Las estrategias cognitivas están dirigidas al alumno a través de las lecturas dirigidas, aprendizaje, análisis de caso, trabajos individuales y grupales.

OBJETIVO TERMINAL DE ENSEÑANZA

Dotar al estudiante de los principales fundamentos acerca de la teoría y práctica de las Relaciones Públicas para que estén en capacidad su aplicación en su actividad profesional.

UNIDAD I		OBJETIVO TERMINAL	
ANTECEDENTES Y FUNDAMENTOS DE LAS RELACIONES PÚBLICAS		INTERPRETAR LAS RELACIONES PÚBLICAS. HISTORIA Y EVOLUCIÓN DENTRO DEL CONTEXTO HISTÓRICO A NIVEL MUNDIAL Y EN VENEZUELA.	
DURACION			
2 SEMANAS			
EVALUACION			
10 %			
OBJETIVOS ESPECIFICOS	CONTENIDO	ESTRATEGIAS DE INSTRUCCIÓN	
1. Registrar los hechos más importantes en el proceso de desarrollo de las relaciones públicas a nivel mundial y en el país. 2. Interpretar las relaciones públicas en la sociedad. 3. Describir los acontecimientos más importantes de la evolución de las relaciones públicas en Latinoamérica y Venezuela.	• Historia de las Relaciones Públicas a nivel mundial. • Historia de las Relaciones Públicas en Venezuela y Latinoamérica.	• Revisión bibliográfica. • Discusión estructurada. • Controles de lectura.	
ESTRATEGIAS DE EVALUACION:			
• Discusiones grupales. • Informes.			

UNIDAD II		OBJETIVO TERMINAL	
LAS RELACIONES PUBLICAS Y SU CAMPO DE ACCIÓN		DEFINIR LAS FUNCIONES PRIORITARIAS DE LA PRÁCTICA DE LAS RELACIONES PÚBLICAS.	
DURACION			
3 SEMANAS			
EVALUACION			
20 %			
OBJETIVOS ESPECIFICOS	CONTENIDO	ESTRATEGIAS DE INSTRUCCION	
1.La gestión de las Relaciones Públicas. 2.Inter.Relaciones: Relaciones Humanas, Industriales. 3. Análisis comparativo con diferentes áreas: Publicidad, Periodismo, Propaganda.	• El proceso de comunicación. • Tipos de comunicación. Los componentes del proceso de comunicación. Comunicación y Empresas. • Estrategias de comunicación integral. • Actividades más importantes dentro de función de las Relaciones Públicas. • La gestión de las Relaciones Públicas. • Diferencias Técnicas: Publicidad, Periodismo, Propaganda.	• Revisión de la Literatura. • Controles de lecturas. • Exposiciones orales. • Discusión estructurada para confrontación de enfoque e ideas.	
ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN:			
• Talleres. • Informes cortos.			

UNIDAD III		OBJETIVO TERMINAL	
LAS ORGANIZACIONES		- ANALIZAR LA IMPORTANCIA DEL PROCESO DE PLANIFICACIÓN DE LAS RELACIONES PÚBLICAS. - DIFERENCIAR A LAS ORGANIZACIONES Y EL PAPEL DE LAS RELACIONES PUBLICAS EN CADA UNA DE ELLAS.	
DURACION			
5 SEMANAS			
EVALUACION			
30 %			
OBJETIVOS ESPECIFICOS	CONTENIDO	ESTRATEGIAS DE INSTRUCCION	
1. Diferenciar a las organizaciones y el papel que representa el departamento de Relaciones Públicas en cada una de ellas. 2. Destacar la importancia de la Planificación de las Relaciones Públicas. 3. Clasificar los organismos Públicos.	• Tipos de Organizaciones. • Planificación de las Relaciones Públicas. • Públicos: Clasificación características diferenciales. • La Opinión Pública. • Acciones de comunicación con los diferentes públicos. • La comunicación formal. • La imagen de la organización. • Tareas del relacionista como comunicador. • Las campañas de relaciones públicas. • Los medios y sus públicos. Medios internos y medios externos.	• Revisión bibliográfica. • Discusión estructurada. • Estudio de Casos. • Exposiciones orales.	
ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN:			
• Exposiciones grupales. • Talleres. • Informes.			

UNIDAD IV		OBJETIVO TERMINAL	
EL DEPARTAMENTO DE RELACIONES PÚBLICAS		DESCRIBIR LAS DIFERENTES FUNCIONES DE LA GERENCIA DE RELACIONES PÚBLICAS.	
DURACION			
6 SEMANAS			
EVALUACION			
40 %			
OBJETIVOS ESPECIFICOS	CONTENIDO	ESTRATEGIAS DE INSTRUCCION	
1. Integrar el mapa general de la comunicación empresarial. 2. Comprender la importancia de la identidad corporativa. 3. Diseñar, planificar, lanzar y evaluar programas de identidad que refuercen la imagen institucional. 4. Presentar diferentes organigramas de una unidad específica de relaciones públicas, sus funciones y la labor que realizan sus dependencias.	• El área de relaciones públicas. • Composición del área y sus funciones. • El relacionista como profesional free-lance o asesor. • El proceso de planeamiento. • Tipos de planificación en relaciones públicas. • El presupuesto. Evaluación de resultados. • Estrategia de medios. Las publicaciones institucionales. • Relaciones entre el departamento y la empresa. • Estructura del departamento. • Funciones por objetivos.	• Revisión bibliográfica. • Discusión Estructurada. • Estudio de casos. • Exposiciones orales.	
ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN:			
• Visitar empresas. • Informe final. • Exposición grupal.			

BIBLIOGRAFIA

Ricardi Ricardo. **Las Comunicaciones en la Empresa.** Ediciones Deusto. Bilbao – España.1966.

Ríos S. Jorge. **Relaciones Públicas.** Editorial Trillas. México. 1986.

Merchan L. Juan. **Manual de Relaciones Públicas.** Editorial Panapo. Caracas. 1979.

Simón Raymon. **Relaciones Públicas: Teoría y Práctica.** Editorial Limusa. México. 1996.

Alarico Carlos y Visla. **La Gerencia de los Eventos Especiales en las Relaciones Públicas.** Editorial Panapo. Caracas. 1989.

Barquero y Barquero. **El Libro de Oro de las Relaciones Públicas.** Edición Gestión 2000 S.A. España.1996.