



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

PROGRAMA INSTRUCCIONAL

RELACIONES PÚBLICAS II

CODIGO		SEMESTRE	U.C	DENSIDAD HORARIA				PRE - REQUISITO
ASIGNADO	EQUIVALENTE			H.T	H.P/H.L	H.A.	THS/AÑO	
REP-823		VIII	2	1		3	4/64	REP-723

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

FUNDAMENTACION

La asignatura Relaciones Públicas II introduce al alumno en la organización de actividades para el funcionamiento de una oficina desde el punto de vista de la empresa o institución: La organización de oficina o dirección de RR.PP, investigación, organización de eventos, protocolo, campañas informativas, publicaciones periódicas, publicidad institucional y relaciones interinstitucionales.

Como Modalidad y Estrategia de Enseñanza se consideran entre otras las siguientes:

- Teórico práctica.
- Estudio de casos.
- Talleres.
- Exposición de Alumnos.
- Exposición de expertos en la materia.
- Investigación de campo.

Las estrategias de estudio están enfocadas hacia la creación figurada de una dependencia de esta naturaleza, que obligue a la lectura dirigida, al análisis de situaciones y a trabajos individuales y grupales que lleven a la solución del problema o situaciones y a trabajos individuales y grupales que lleven a la solución del problema o situaciones comunes en este tipo de actividad.

OBJETIVO GENERAL DE LA ASIGNATURA

Dotar al estudiante de las herramientas necesarias para que se desenvuelva en el campo laboral de las Relaciones Públicas, especialmente en lo relacionado a la organización de esquemas de trabajo y de todo aquello relacionado con la profesión.

UNIDAD I		OBJETIVO TERMINAL	
QUÉ ES Y QUÉ HACE UNA OFICINA DE RR.PP		RELACIONAR A LOS PARTICIPANTES CON EL FUNCIONAMIENTO DE UNA OFICINA DE RELACIONES PÚBLICAS.	
DURACION			
2 SEMANAS			
EVALUACION			
10 %			
OBJETIVOS ESPECIFICOS	CONTENIDO	ESTRATEGIAS DE INSTRUCCIÓN	
1. Registrar el funcionamiento de una oficina de Relaciones Públicas, desde el punto de vista del personal necesario, de sus funciones y de los métodos utilizados en las diversas empresas, tanto públicas, como privadas.	- Las Relaciones Públicas como servicio en la empresa. - Las Relaciones Públicas como organización.	- Explicación teórica del docente. - Discusión socializada. - Debates. - Revisión bibliográfica. - Lectura comentada.	
ESTRATEGIAS DE EVALUACION:			
- Discusiones grupales. - Informes. - Talleres.			

UNIDAD II		OBJETIVO TERMINAL	
ORGANIZACIÓN DE UNA OFICINA DE RELACIONES PÚBLICAS		CONOCER LAS DIVERSAS POSIBILIDADES EXISTENTES PARA LA ORGANIZACIÓN DE UNA OFICINA DE RELACIONES PÚBLICAS.	
DURACION			
2 SEMANAS			
EVALUACION			
20 %			
OBJETIVOS ESPECIFICOS	CONTENIDO	ESTRATEGIAS DE INSTRUCCION	
1. Conocer los componentes de cada uno de los componentes de la oficina de Relaciones Públicas. 2. Comparar las estrategias de organización estudiadas.	• Organización de equipos de trabajo. • Funciones generales y específicas en RR.PP. • Variables teórico prácticas en la RR.PP.	• Revisión bibliográfica. • Visitas a diversas instituciones con oficinas de RR.PP. • Presentación de informes. • Discusiones estructuradas en grupos. • Exposiciones orales.	
ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN:			
• Informe. • Exposiciones orales. • Taller.			

UNIDAD III		OBJETIVO TERMINAL	
EL PROTOCOLO		GUIAR AL ESTUDIANTE SOBRE LAS DIVERSAS FORMAS DE ORGANIZAR EL PROTOCOLO, TANTO A NIVEL OFICIAL COMO PRIVADO.	
DURACION			
2 SEMANA			
EVALUACION			
15 %			
OBJETIVOS ESPECIFICOS	CONTENIDO	ESTRATEGIAS DE INSTRUCCION	
1. Conocer el uso del protocolo en eventos. 2. Diferenciar las jerarquías gubernamentales, civiles, eclesiásticas y militares. 3. Conformar panales de acuerdo a jerarquías protocolares.	• Organizar equipos de investigación. • Detectar uso de protocolo en organismos públicos y privados.	• Revisión literaria. • Talleres. • Casos prácticas.	
ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN:			
• Visitar empresas. • Informe.			

UNIDAD IV		OBJETIVO TERMINAL	
ORGANIZACIÓN DE EVENTOS		ESTUDIAR EL CONCEPTO DE EVENTO Y SUS APLICACIONES EN LAS RELACIONES PÚBLICAS.	
DURACION			
2 SEMANA			
EVALUACION			
15 %			
OBJETIVOS ESPECIFICOS	CONTENIDO	ESTRATEGIAS DE INSTRUCCION	
1. Comprender el funcionamiento de una gerencia de eventos y su funcionamiento. 2. Analizar el evento como proceso de comunicación. 3. Diferenciar tipos de eventos.	• Preparar equipos de realización de eventos. • Proceso de organización de eventos.	• Investigación bibliográfica. • Discusiones en clase. • Exposiciones orales.	
ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN:			
• Examen corto.			

UNIDAD V		OBJETIVO TERMINAL	
LA RUEDA DE PRENSA		ORGANIZAR UNA RUEDA DE PRENSA.	
DURACION			
3 SEMANAS			
EVALUACION			
20 %			
OBJETIVOS ESPECIFICOS	CONTENIDO	ESTRATEGIAS DE INSTRUCCION	
1. Conocer las herramientas necesarias para la realización de una rueda de prensa. 2. Definir las funciones de Relacionista Público en la realización de este tipo de actividad. 3. Organizar ruedas de prensa por equipo.	• Ruedas de prensa por equipo. • Funciones de Relacionista Público.	• Investigación de campo. • Revisión literaria. • Entrevistas. • Exposiciones.	
ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN:			
• Exposición oral. • Discusión grupal. • Informe.			

UNIDAD VI		OBJETIVO TERMINAL	
OTROS TIPOS DE EVENTOS		LA ORGANIZACIÓN DE EVENTOS DE RELACIONES PÚBLICAS.	
DURACION			
5 SEMANAS			
EVALUACION			
20 %			
OBJETIVOS ESPECIFICOS	CONTENIDO	ESTRATEGIAS DE INSTRUCCION	
1. Conocer el papel de la oficina de Relaciones Públicas en la organización de eventos. 2. Gerencia de eventos de Relaciones Públicas. 3. Organiza eventos de Relaciones Públicas.	• Equipos de trabajo. • Las Relaciones Públicas en los eventos.	• Revisión de literatura. • Exposiciones. • Trabajos escritos.	
ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN:			
• Informe Final.			

BIBLIOGRAFIA

Barquero Cabrero José Daniel, Mario Barquero Cabrero. **El Libro de Oro de las Relaciones Públicas Gestión 2000.SA.** España. 1996.

Barquero Cabrero José Daniel. “**Casos prácticos de Relaciones Públicas**”. **Gestión 2000.** Barcelona. 1995.

Barquero Cabrero José Daniel, **Manual de Relaciones Públicas Empresariales.** Coleccion Universitaria ESERP, 1ª edición Ediciones Gestión 2000. Barcelona. 1994.

Barquero Cabrero José Daniel, Barquero Cabrero Mario. **El Libro de Oro de las Relaciones Públicas.** Edición Gestión 2000 S.A. España. 1996.

Cabrera Juan A. **Las Relaciones Públicas en las Empresas.** Acento Editorial. Madrid. 1997.

Rodríguez Jeannette. **Organización de Eventos y Etiqueta Social. División de Comunicaciones y Relaciones Públicas.** Instituto de Economía y Comercio. Caracas. 1991.

Italo Pizolante. **Reingeniería del Conocimiento.** Caracas. Venezuela. 1994.

Italo Pizzolante Negron. **Gerencia de la Imagen Corporativa.** Ediciones IESA. Caracas. 2000.

Página Web:

www.pizolante.com