



UNIVERSIDAD FERMÍN TORO
VICE RECTORADO ACADÉMICO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

PROGRAMA INSTRUCCIONAL

DATOS BÁSICOS DE LA ASIGNATURA							
Nombre de la asignatura:		Código	Semestre	U.C.	Pre- Requisito		
INTRODUCCIÓN A LAS RELACIONES Y ASUNTOS PÚBLICOS		IRA-633	VI	3	S/P		
Tipo de Asignatura:	OBLIGATORIA	DENSIDAD HORARIA					
		Presencial			Semi presencial		THS/SEM
		H.T.	H.P/H.L	H.A	H.V	H.P	
Escuela:	COMUNICACIÓN SOCIAL	3	0	0	29	19	3/48
DATOS BÁSICOS DEPARTAMENTO/S RESPONSABLE/S				ELABORADO POR:			
DEPARTAMENTO/S:		MERCADEO Y PUBLICIDAD			Lcda. Egilda Milagro Silva		
DATOS BÁSICOS DE LA AUTORIZACIÓN							
FECHA DE VIGENCIA	REVISADO POR DECANATO		AUTORIZADO POR VICE RECTORADO ACADÉMICO				
MARZO , 2017	(FIRMA Y SELLO)		(FIRMA Y SELLO)				

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.

El programa consta de cuatro unidades:

UNIDAD I: Introducción a las Relaciones Públicas Y Sus Antecedentes.

UNIDAD II: Las Relaciones Públicas y su Campo de Acción

UNIDAD III: La Organizaciones.

UNIDAD IV: El Departamento de Relaciones Públicas.

El docente utilizará las siguientes estrategias de enseñanzas: Discusión socializada, Estudios de casos, Exposiciones, Talleres, Exámenes.

OBJETIVO GENERAL DE LA ASIGNATURA

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	
INTRODUCCIÓN A LAS RELACIONES PÚBLICAS Y SUS ANTECEDENTES		INTERPRETAR LAS RELACIONES PÚBLICAS. HISTORIA Y EVOLUCIÓN DENTRO DEL CONTEXTO HISTÓRICO A NIVEL MUNDIAL Y EN VENEZUELA.	
DURACION			
3 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. • Concepto esenciales de las relaciones públicas • Principales diferencias con el mercadeo, la publicidad, las ventas y el periodismo • Ámbito de acción de los profesionales de relaciones públicas.	Presencial • Revisión bibliográfica. • Discusión estructurada. • Controles de lectura. SemiPresencial • Interacción en el aula virtual. • Exposiciones modalidad video. • Materiales didácticos multimedia.	
ESTRATEGIAS DE EVALUACION:			
PRESENCIAL		SEMIPRESENCIAL	
• Ensayo • Interrogatorio		• Cuestionario en línea • Foros de discusión en línea. • Subida de archivos en el aula virtual • Examen Presencial • Wiki • Videos • Skype • Blogs	

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. Interrelaciones: Relaciones Humanas, Industriales.	• 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.	Presencial • Revisión de la Literatura. • Lectura de material • Expositiva docente. • Discusión estructurada para confrontación de enfoque e ideas. SemiPresencial • Interacción en el aula virtual. • Exposiciones modalidad video. • Materiales didácticos multimedia.	
ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN:			
PRESENCIAL		SEMIPRESENCIAL	
• Prueba corta • Estudios de casos		• Cuestionario en línea • Foros de discusión en línea. • Subida de archivos en el aula virtual • Examen Presencial • Wiki • Videos • Skype • Blogs	

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 PÚBLICAS EN CADA UNA DE ELLAS.	
DURACION			
4 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. • Tareas del relacionista como comunicador. • Las campañas de relaciones públicas. • Diseño e implementación del plan para un cliente a partir de ser plan de negocio • Presupuesto • Ejecución • Evaluación y medición de los resultados • Los medios y sus públicos. Medios internos y medios externos.	Presencial • Lectura de material • Estudio de Casos. • Expositiva docente SemiPresencial • Interacción en el aula virtual. • Exposiciones modalidad video. • Materiales didácticos multimedia.	
ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN:			
PRESENCIAL		SEMIPRESENCIAL	
• Taller • Estudio de casos		• Cuestionario en línea • Foros de discusión en línea. • Subida de archivos en el aula virtual • Examen Presencial • Wiki • Videos • Skype • Blogs	

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 empresaria. 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.	Presencial • Revisión bibliográfica. • Discusión Estructurada. • Estudio de casos. • Exposiciones orales. SemiPresencial • Interacción en el aula virtual. • Exposiciones modalidad video. • Materiales didácticos multimedia.	
ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN:			
PRESENCIAL		SEMIPRESENCIAL	
• Visitar empresas. • Informe final. • Exposición grupal.		• Cuestionario en línea • Foros de discusión en línea. • Subida de archivos en el aula virtual • Examen Presencial • Wiki • Videos • Skype • Blogs	

BIBLIOGRAFÍA

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.