

| | | | | |
|----------------------|--------------|---------------------|--------|--------|
| negocios | Materia: | Relaciones Públicas | Clave: | LAN705 |
| Modalidad: Ejecutiva | Cuatrimestr: | 7° | Horas: | 4 |

| | |
|------------------|--|
| OBJETIVO: | Al finalizar la materia el alumno será capaz de comprender la importancia y manejo de las Relaciones Públicas en el área empresarial, así como en la vida diaria. De tal manera, que pueda desarrollarse en la una nueva competencia aplicable en el ámbito profesional. |
|------------------|--|

| S | CLASE 1 | CLASE 2 | CLASE 3 | CLASE 4 | PLATAFORMA EDUCATIVA |
|---|--|---|---|---|---|
| 1 | UNIDAD I GENERALIDADES DE RELACIONES PÚBLICAS Y PUBLICIDAD. ANTECEDENTES HISTÓRICOS. | 1.1 1.2 ORÍGENES DE LAS RELACIONES PÚBLICAS COMO PROFESIÓN. | 1.3 CONCEPTOS DE RELACIONES PÚBLICAS Y PUBLICIDAD. | 1.4 FUNCIONES DE LA PUBLICIDAD Y LAS RELACIONES PÚBLICAS. | |
| | 1.5 IMPORTANCIA DE LA FUNCIÓN DE LAS RELACIONES PÚBLICAS. | 1.6 OBJETIVOS DE LAS RELACIONES PÚBLICAS. | 1.7 EL PAPEL DE LAS RELACIONES PÚBLICAS INTERNACIONALES. | 1.8 PRIMEROS PIONEROS DE LAS RELACIONES PÚBLICAS. | |
| 2 | UNIDAD II LAS RELACIONES PUBLICAS Y SU DESARROLLO OPERATIVO RELACIONES PUBLICAS EN EL AREA PROFESIONAL | 2.1 2.2 INFLUENCIA SOBRE LA DIRECCION DE VENTAS Y CLIENTES | 1.11 CLASIFICACIÓN DE LAS RELACIONES PÚBLICAS. | 1.12 BENEFICIOS OBJETIVOS Y TAREAS ESPECIFICAS INTERNAS Y EXTERNAS. | |
| | 2.5 TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN EN RELACIONES PÚBLICAS: SOPORTES. | 2.6 RELACIONES CON LOS CLIENTES: ACTUALES Y POTENCIALES. | 2.7 TENDENCIA EN RELACIONES PÚBLICAS. | 2.8 COMUNICACIÓN INTERNA. | PLATAFORMA EDUCATIVA MAPA CONCEPTUAL |
| 3 | 2.9 COMUNICACIÓN EXTERNA. | 2.10 MEDIOS PUBLICITARIOS (CLASES, PLAN, COMPRA, PROGRAMA, SOLUCIÓN). | 2.11 CARACTERÍSTICAS Y CUALIDADES DEL PUBLIRRELACIONISTA. | 2.11 CARACTERÍSTICAS Y CUALIDADES DEL PUBLIRRELACIONISTA. | |

| S | CLASE 1 | CLASE 2 | CLASE 3 | CLASE 4 | PLATAFORMA EDUCATIVA |
|---------|---|--|---|--|---|
| 4 | UNIDAD 3 LA EMPRESA Y LAS RELACIONES PÚBLICAS 3.1 LAS RELACIONES PÚBLICAS COMO PROCESO. 3.2 ETAPAS DE LAS RELACIONES PÚBLICAS. | 3.3 INFLUENCIA SOBRE LA ORGANIZACIÓN. | 3.4 RELACIONES PÚBLICAS EMPRESARIALES. 3.5 IMPORTANCIA DE LAS RELACIONES PÚBLICAS PARA LAS EMPRESAS. | 3.6 ¿POR QUÉ CONTRATAR UNA AGENCIA DE RRPP? 3.7 FUNCIONES DEL DESEMPEÑO DE LAS RELACIONES PÚBLICAS. | |
| EN CASA | CLASE 5 | CLASE 6 | CLASE 7 | CLASE 8 | |
| | 3.8 FUNCIONES DEL DIRECTOR Y ASESOR DE RELACIONES PÚBLICAS. | 3.9 DIRECTIVOS Y EMPLEADOS: VEHÍCULOS DE RELACIONES PÚBLICAS. | 3.10 LA DIRECCIÓN Y LAS RELACIONES PÚBLICAS. | 3.11 ORGANIZACIÓN O EMPRESA CON RELACIONES PÚBLICAS EMPRESARIALES. | |
| S | CLASE 1 | CLASE 2 | CLASE 3 | CLASE 4 | PLATAFORMA EDUCATIVA |
| 5 | 3.12 IMPORTANCIA DE LA PLANEACIÓN DE LA FUNCIÓN DE LAS RELACIONES PÚBLICAS. 3.13 ETAPA DE LA PLANEACION | 3.14 CONSISTENCIA DE LOS PROGRAMAS DE RELACIONES PÚBLICAS. | 3.15 EJEMPLOS DE BUENAS RELACIONES PÚBLICAS. | 3.15 EJEMPLOS DE BUENAS RELACIONES PÚBLICAS. | |
| EN CASA | CLASE 5 | CLASE 6 | CLASE 7 | CLASE 8 | |
| | UNIDAD 4 RELACIONES PÚBLICAS EN ORGANIZACIONES TURÍSTICAS. 4.1 RELACIONES PÚBLICAS ORIENTADAS A POTENCIAR EL TURISMO. | 4.2 EMPRESAS TURÍSTICAS QUE REQUIEREN DEPARTAMENTO DE RELACIONES PÚBLICAS. | 4.3 ORGANISMOS TURÍSTICOS QUE REQUIEREN DEL DEPARTAMENTO DE RELACIONES PÚBLICAS. | 4.4 ESTRUCTURA Y FUNCIONAMIENTO DEL DEPARTAMENTO EN ORGANISMOS TÍPICOS DEL TURISMO. | |
| S | CLASE 1 | CLASE 2 | CLASE 3 | CLASE 4 | PLATAFORMA EDUCATIVA |
| 6 | 4.5 COORDINACIÓN DE LAS RELACIONES PÚBLICAS CON LAS ACTIVIDADES DE LA ORGANIZACIÓN TURÍSTICA. | 4.6 LA IMPORTANCIA DE LAS RELACIONES PÚBLICAS EN LA INDUSTRIA HOTELERA. | 4.7 TURISMO INTERNACIONAL. | 4.8 COMUNICACIÓN CORPORATIVA. | ENSAYO |
| EN CASA | CLASE 5 | CLASE 6 | CLASE 7 | CLASE 8 | |
| | 4.9 IDENTIDAD CORPORATIVA Y HOTELERÍA. | 4.10 RELACIONES PÚBLICAS EN EL HOTELERÍA. | 4.11 EMPRESA HOTELERA Y COMPETITIVIDAD. | 4.11 EMPRESA HOTELERA Y COMPETITIVIDAD. | |
| 7 | CLASE 1 | CLASE 2 | | | PLATAFORMA EDUCATIVA |
| | EXAMEN DE MODULO | | | | EXAMEN FINAL EN PLATAFORMA OPCIONAL, OBLIGATORIO PARA LOS ALUMNOS EN MODALIDAD VIRTUAL |

| | |
|---|--|
| ACTIVIDADES EN EL AULA PERMITIDAS: | <p>1.-Conducción Docente, manejo de Esquemas, Conceptos Básicos y Referentes Teóricos (Pizarron)</p> <p>2.-Estructuración de Reportes de Lectura y Fichas de Trabajo; uso de Medios Audiovisuales. (Pantalla).</p> <p>3.-Realizar Lecturas de Referencias Bibliográficas Sugeridas y Adicionales para generar Lluvia de Ideas.</p> <p>4.-Propiciar Actividades de Interes dentro del Proceso de Enseñanza - Aprendizaje para generar Investigaciones.</p> <p>5.-Vinculación de la Materia con Casos Prácticos y Reales que se puedan sustentar teoricamente.</p> |
|---|--|

| | |
|-----------------------------------|---|
| ACTIVIDADES NO PERMITIDAS: | <p>1. Exámenes Orales.</p> <p>2. Exposiciones como Evaluacion.</p> <p>3. Improvisaciones.</p> |
|-----------------------------------|---|

| SUGERENCIA BIBLIOGRAFICA | | | | |
|--------------------------|-------|--|------------------|-----------|
| No | TIPO | TITULO | AUTOR | EDITORIAL |
| 1 | Libro | LAS RELACIONES PÚBLICAS EN LA GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN INTERNA | | AIRP |
| 2 | Libro | INTRODUCCION A LAS RELACIONES PÚBLICAS | ANTONIO CASTILLO | IIRP |
| 3 | Libro | RELACIONES PÚBLICAS | | TRILLAS |

| SUGERENCIAS DE VIDEOS ACADEMICOS | | | | |
|----------------------------------|-------|--|---|------------------------|
| No | TIPO | TITULO | LINK | AUTOR |
| 1 | Video | Qué son las RELACIONES PÚBLICAS y sus acciones para las MARCAS | https://www.youtube.com/watch?v=iKn27SgMWOU | ANUOR AGUILAR |
| 2 | Video | 11 Tips para aprender el arte de las Relaciones Públicas | https://www.youtube.com/watch?v=zugLDY8MbGo | María Ramirez Colombia |
| 3 | Video | ¿Qué rol cumple un relacionista público? USMP | https://www.youtube.com/watch?v=Fgttqg9dsuq | Pick-dream |

| CRITERIOS, PROCEDIMIENTOS DE EVALUACION Y ACREDITACION. | |
|---|-------|
| Actividades en Plataforma Educativa | 40% |
| 1er Actividad | 20% |
| 2da Actividad | 20% |
| Examen | 60% |
| Total | 100% |
| Escala de calificación | 7- 10 |
| Minima aprobatoria | 7 |

NOTA:

En la planeación los exámenes aparecen siempre en día lunes, pero dependerá de la programación de la subdirección académica, y en esa semana se podrán hacer los cambios necesarios.

