

Licenciatura: Administración de empresas

Materia:

Relaciones Públicas

Clave:

Modalidad: Ejecutiva

Cuatrimestr:

7°

Horas:

2

**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	<b>GENERALIDADES DE RELACIONES PÚBLICAS Y PUBLICIDAD.</b> 1.1 ANTECEDENTES HISTÓRICOS. 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.	
	<b>CLASE 5</b>	<b>CLASE 6</b>	<b>CLASE 7</b>	<b>CLASE 8</b>	
EN CASA	1.7 EL PAPEL DE LAS RELACIONES PÚBLICAS INTERNACIONALES.	1.8 PRIMEROS PIONEROS DE LAS RELACIONES PÚBLICAS.	1.9 DIFERENCIAS Y VÍNCULOS ENTRE RELACIONES PÚBLICAS Y PUBLICIDAD	1.10 OPORTUNIDADES Y PROBLEMAS DE RELACIONES PÚBLICAS.	
2	1.11 CLASIFICACIÓN DE LAS RELACIONES PÚBLICAS. 1.12 BENEFICIOS OBJETIVOS Y TAREAS ESPECÍFICAS INTERNAS Y EXTERNAS.	<b>UNIDAD 2 LAS RELACIONES PUBLICAS Y SU DESARROLLO OPERATIVO</b> 2.1 RELACIONES PUBLICAS EN EL AREA PROFESIONAL	2.2 INFLUENCIA SOBRE LA DIRECCIÓN DE VENTAS Y LOS CLIENTES. 2.3 RELACIONES CON EL GOBIERNO ACTITUD, VALORACIÓN DE SITUACIONES, AYUDA ESTATAL.	2.2 INFLUENCIA SOBRE LA DIRECCIÓN DE VENTAS Y LOS CLIENTES. 2.3 RELACIONES CON EL GOBIERNO ACTITUD, VALORACIÓN DE SITUACIONES, AYUDA ESTATAL.	
EN CASA	<b>CLASE 5</b>	<b>CLASE 6</b>	<b>CLASE 7</b>	<b>CLASE 8</b>	
	2.4 RELACIONES PÚBLICAS CON OTROS ORGANISMOS. 2.5 TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN EN RELACIONES PÚBLICAS: SOPORTES.	2.4 RELACIONES PÚBLICAS CON OTROS ORGANISMOS. 2.5 TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN EN RELACIONES PÚBLICAS: SOPORTES.	2.4 RELACIONES PÚBLICAS CON OTROS ORGANISMOS. 2.5 TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN EN RELACIONES PÚBLICAS: SOPORTES.	2.4 RELACIONES PÚBLICAS CON OTROS ORGANISMOS. 2.5 TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN EN RELACIONES PÚBLICAS: SOPORTES.	
3	2.6 RELACIONES CON LOS CLIENTES: ACTUALES Y POTENCIALES. 2.7 TENDENCIA EN RELACIONES PÚBLICAS.	2.8 COMUNICACIÓN INTERNA. 2.9 COMUNICACIÓN EXTERNA.	2.10 MEDIOS PUBLICITARIOS (CLASES, PLAN, COMPRA, PROGRAMA, SOLUCIÓN).	2.10 MEDIOS PUBLICITARIOS (CLASES, PLAN, COMPRA, PROGRAMA, SOLUCIÓN).	<b>ENSAYO</b>
EN CASA	<b>CLASE 5</b>	<b>CLASE 6</b>	<b>CLASE 7</b>	<b>CLASE 8</b>	
	2.11 CARACTERÍSTICAS Y CUALIDADES DEL PUBLIRRELACIONISTA.	2.11 CARACTERÍSTICAS Y CUALIDADES DEL PUBLIRRELACIONISTA.	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	<b>UNIDAD 3</b> <b>LA EMPRESA Y LAS RELACIONES PÚBLICAS</b> 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.	
EN CASA	CLASE 5	CLASE 6	CLASE 7	CLASE 8	
	3.6 ¿POR QUÉ CONTRATAR UNA AGENCIA DE RRRPP?	3.7 FUNCIONES DEL DESEMPEÑO DE LAS RELACIONES PÚBLICAS.	3.8 FUNCIONES DEL DIRECTOR Y ASESOR DE RELACIONES PÚBLICAS.	3.8 FUNCIONES DEL DIRECTOR Y ASESOR DE RELACIONES PÚBLICAS.	
S	CLASE 1	CLASE 2	CLASE 3	CLASE 4	PLATAFORMA EDUCATIVA
5	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.	3.12 IMPORTANCIA DE LA PLANEACIÓN DE LA FUNCIÓN DE LAS RELACIONES PÚBLICAS.	
EN CASA	CLASE 5	CLASE 6	CLASE 7	CLASE 8	
	3.13 ETAPA DE PLANEACIÓN. 3.14 CONSISTENCIA DE LOS PROGRAMAS DE RELACIONES PÚBLICAS.	3.13 ETAPA DE PLANEACIÓN. 3.14 CONSISTENCIA DE LOS PROGRAMAS DE RELACIONES PÚBLICAS.	3.15 EJEMPLOS DE BUENAS RELACIONES PÚBLICAS.	3.15 EJEMPLOS DE BUENAS RELACIONES PÚBLICAS.	
S	CLASE 1	CLASE 2	CLASE 3	CLASE 4	PLATAFORMA EDUCATIVA
6	<b>UNIDAD 4</b> <b>RELACIONES PÚBLICAS EN ORGANIZACIONES TURÍSTICAS.</b> 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.	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.	<b>SUPER NOTA</b>
EN CASA	CLASE 5	CLASE 6	CLASE 7	CLASE 8	
	4.7 TURISMO INTERNACIONAL. 4.8 COMUNICACIÓN CORPORATIVA.	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

<b>ACTIVIDADES EN EL AULA PERMITIDAS:</b>	<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>
---	--

<b>ACTIVIDADES NO PERMITIDAS:</b>	<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	MARIA DEL CARMEN CARRETÓN BALLESTER	AIRP
2	Libro	INTRODUCCION A LAS RELACIONES PÚBLICAS	ANTONIO CASTILLO	IIRP
3	Libro	RELACIONES PÚBLICAS	JORGE RÍOS SZALAY	TRILLAS

SUGERENCIAS DE VIDEOS ACADEMICOS				
No	TIPO	TITULO	LINK	AUTOR
1	Video	Qué son las RELACIONES PÚBLICAS y sus acciones para las MARCAS	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=iKn27SgMWOU">https://www.youtube.com/watch?v=iKn27SgMWOU</a>	ANUOR AGUILAR
2	Video	11 Tips para aprender el arte de las Relaciones Públicas	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=zugLDY8MbGo">https://www.youtube.com/watch?v=zugLDY8MbGo</a>	María Ramirez Colombia
3	Video	¿Qué rol cumple un relacionista público?   USMP	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=FTGTQO9DSUO">https://www.youtube.com/watch?v=FTGTQO9DSUO</a>	carrerasconfuturo.com

CRITERIOS, PROCEDIMIENTOS DE EVALUACION Y ACREDITACION.	
<b>Actividades en Plataforma Educativa</b>	50%
1er Actividad	25%
2da Actividad	25%
<b>Examen</b>	50%
<b>Total</b>	100%
<b>Escala de calificación</b>	7- 10
<b>Minima aprobatoria</b>	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.

