



Licenciatura: CONTADURIA PUBLICA

Materia: RELACIONES PUBLICAS

Clave: PE-LCP705

Modalidad: EJECUTIVA

Cuatrimestre: 7°.

Horas: 2

OBJETIVO:

Aplicar conocimiento y fomentar la habilidad para determinar estrategias de técnica operacional para lograr alcanzar tanto los objetivos propios de cada público, en lo que corresponde a la publicidad promocional directa como instrumento de las Relaciones Publicas; así como a la publicidad institucional en lo que concierne a la imagen de la organización en sí.

S	CLASE I	CLASE 2
1	PRESENTACIÓN	UNIDAD 1 RELACIONES PÚBLICAS Y PUBLICIDAD. 1.1. Antecedentes históricos. 1.2. Funciones de la publicidad y las relaciones públicas.
2	1.3. Beneficios objetivos y tareas específicas internas y externas. 1.4. Funciones del director y asesor de relaciones públicas. 1.5. Directivos y empleados: vehículos de relaciones públicas.	1.6. La dirección y las relaciones públicas. 1.7. Influencia sobre la organización. 1.8. Influencia sobre la dirección de ventas y los clientes.
3	1.9. Relaciones con el gobierno actitud, valoración de situaciones, ayuda estatal. 1.10. Relaciones públicas con otros organismos, periódico, radios, con instituciones no educativas, organizaciones no lucrativas, con grupos influyentes.	UNIDAD 2 RELACIONES PÚBLICAS EN ORGANIZACIONES TURÍSTICAS. 2.1 Empresas turísticas que requieren departamento de relaciones públicas. 2.2 Organismos turísticos que requieren del departamento de relaciones públicas.
4	2.3 Estructura y funcionamiento del departamento en organismos típicos del turismo. 2.3.1 Medios publicitarios (clases, plan, compra, programa, solución).	UNIDAD 3 PLANEACIÓN DE LAS RELACIONES PÚBLICAS. 3.1 Importancia de la planeación de la función de las relaciones públicas. 3.2 Etapa de planeación.
5	3.3 Consistencia de los programas de relaciones públicas. 3.4 Los presupuestos de egresados para relaciones públicas. 3.5 Ejemplo de programa de relaciones públicas.	UNIDAD 4 ORGANIZACIÓN DE LA FUNCIÓN DE RELACIONES PÚBLICAS. 4.1 La función de relaciones públicas. 4.2 Coordinación de las relaciones públicas con las actividades de la organización turística.
6	4.3 Eficiencia encendedora de la publicidad. 4.4 La función de asesoría en la organización.	RETROALIMENTACION DE CONTENIDO
7	EXAMEN FINAL	

ACTIVIDADES EN EL AULA PERMITIDAS:	<ol style="list-style-type: none"> 1.-Conducción Docente, manejo 2.-Estructuración de Reportes de Lectura y Fichas de Trabajo; uso de Medios Audiovisuales. (Pantalla). 3.-Realizar Lecturas de Referencias Bibliográficas Sugeridas y Adicionales para generar Lluvia de Ideas. 4.-Propiciar Actividades de 5.-Vinculación de la Materia con Casos Prácticos y Reales que se puedan sustentar teóricamente.
---	---

ACTIVIDADES NO PERMITIDAS:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Exámenes Orales. 2. Exposiciones como Evaluacion. 3. Exposiciones
-----------------------------------	--

CRITERIOS, PROCEDIMIENTOS DE EVALUACION Y ACREDITACION.	
Foros	20%
Actividades en Plataforma Educativa	30%
Examen	50%
Total	100%
Escala de calificación	7- 10
Mínima aprobatoria	7