



Licenciatura: TURISMO

Materia: RELACIONES PUBLICAS

Clave:P-LTU705

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 1	CLASE 2
1	<b>PRESENTACIÓN</b>	UNIDAD 1 RELACIONES PÚBLICAS Y PUBLICIDAD. 1.1. Antecedentes históricos. 1.2. Funciones de la publicidad y las relaciones públicas. 1.3. Beneficios objetivos y tareas específicas internas y externas.
2	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. 3.3 Consistencia de los programas de relaciones públicas.
5	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.	<b>RETROALIMENTACION DE CONTENIDO</b>
7	<b>EXAMEN FINAL</b>	

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

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

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