



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

SÍLABO DE FUNDAMENTOS DE RELACIONES PÚBLICAS

1. DATOS GENERALES

1.1. Facultad	:	Ciencias de la Comunicación
1.2. Carrera profesional	:	Ciencias de la Comunicación
1.3. Tipo de Curso	:	Obligatorio
1.4. Requisitos	:	Identities y comunicación
1.5. Ciclo de Estudios	:	4
1.6. Duración del curso	:	18 semanas
1.7. Inicio	:	23 de Agosto del 2010
1.8. Término	:	18 de Diciembre del 2010
1.9. Extensión horaria	:	3 horas semanales
1.10. Créditos	:	3
1.11. Periodo lectivo	:	2010 - II
1.12. Docente	:	Milagritos Velarde Echevarria mve@upnorte.edu.pe

2. FUNDAMENTACIÓN

El curso Fundamentos de Relaciones Públicas es la primera asignatura de especialidad que le proporciona al alumno una visión integral de las Relaciones Públicas aplicadas, su evolución a través de la historia y su importancia real dentro del desarrollo y sostenimiento de las organizaciones actuales.

La materia se ha estructurado en 3 unidades bien diferenciadas: la primera unidad explica la presencia de las Relaciones Públicas en la historia y su trascendencia en la vida organizacional; la segunda unidad introduce al alumno al campo de acción de las RR.PP., proporcionándole las herramientas de gestión utilizadas por los profesionales de la comunicación. Finalmente, la tercera unidad propone la puesta en práctica de las RR.PP por el alumno.

3. COMPETENCIA

Al concluir el curso, los alumnos estarán en capacidad de valorar el desarrollo profesional de la asignatura en mención, e identificar eficientemente todos los elementos y públicos involucrados en la gestión de las relaciones públicas en una institución.

4. OBJETIVOS ESPECÍFICOS DEL CURSO

Al finalizar el curso, los alumnos estarán en condiciones de:

- 4.1. Describir y explicar la naturaleza e importancia de las relaciones públicas en las organizaciones.
- 4.2. Explicar el rol que desempeña un director de relaciones públicas en el entorno organizacional.
- 4.3. Proponer un plan de actividades para la aplicación de las relaciones públicas.

5. CONTENIDOS CONCEPTUALES

- ¿Por qué existen las Relaciones Públicas?
- Evolución Histórica
- Relaciones humanas y Relaciones Públicas
- Definiciones y objetivos
- Funciones de las Relaciones Públicas
- Relación entre Relaciones Públicas y otras actividades profesionales: Marketing y Publicidad, Psicología, Sociología.
- Los medios y recursos de las Relaciones Públicas
- Tipos de Relaciones Públicas
 - Relaciones Públicas internas.
 - Relaciones Públicas externas.
- Las estrategias y las tácticas en las Relaciones Públicas.
- Plan de Relaciones Públicas
- Dirección de Relaciones Públicas
- Perfil del director de RR.PP.

6. CONTENIDOS PROCEDIMENTALES

- Analizarán casos prácticos.
- Investigarán y analizarán el manejo de la comunicación externa de instituciones y/o empresas locales.
- Analizarán el discurso en prensa escrita de instituciones locales.
- Conformarán equipos de trabajo.
- Investigarán, definirán conceptos, desarrollarán y expondrán el tema correspondiente a cada fecha, en forma grupal. Al finalizar cada exposición, el docente complementará y reforzará los contenidos más destacados.
- Entrevistarán a una persona responsable del área de Relaciones Públicas.
- Desarrollarán la idea principal del proyecto, el esquema de trabajo y plan de investigación.
- Realizarán la investigación, el análisis situacional y diagnóstico respectivos a cada proyecto.
- Presentarán avances del proyecto.
- Elaborarán propuesta estratégica, plan de actividades, cronograma, presupuesto.
- El docente asesorará a los equipos de trabajo en todas las sesiones.
- Presentarán y sustentarán el proyecto.

7. CONTENIDOS ACTITUDINALES

- Responsabilidad individual y colectiva.
- Puntualidad en la presentación y entrega de trabajos.
- Disposición a la investigación y la búsqueda de información.
- Actitud crítica para el análisis de casos y ejemplos prácticos.
- Disposición al trabajo en equipo.

8. METODOLOGÍA GENERAL DEL CURSO

La metodología general del curso es aplicativa, teórico-práctica; ejerciendo los siguientes mecanismos para promover el aprendizaje de los alumnos:

- Exposición del docente basada en el diálogo con los alumnos.
- Investigación bibliográfica y de campo.
- Análisis de situaciones y casos prácticos.
- Aplicación de conocimientos y uso de herramientas en la realización del proyecto.
- Orientación permanente del docente.

9. PROGRAMACIÓN

Unidad y su objetivo	SEM	Temas
Unidad 1 Naturaleza e importancia de las Relaciones Públicas	1	<ul style="list-style-type: none"> ¿Por qué existen las Relaciones Públicas? Evolución Histórica Relaciones humanas y Relaciones Públicas
	2	<ul style="list-style-type: none"> Definiciones y objetivos Funciones de las Relaciones Públicas
	3	<ul style="list-style-type: none"> Relación entre Relaciones Públicas y otras actividades profesionales: Marketing y Publicidad, Psicología, Sociología.
	3	EXAMEN CALIFICADO (T1)
	4	<ul style="list-style-type: none"> Comunicación y Publicidad Corporativa Los medios y recursos de las Relaciones Públicas Conformación de grupos
	5	<ul style="list-style-type: none"> Tipos de Relaciones Públicas Relaciones Públicas internas
	5	PRIMERA PRÁCTICA CALIFICADA (T2)
	6	<ul style="list-style-type: none"> Relaciones Públicas externas
Unidad 2 Gestión de las Relaciones Públicas	6	SEGUNDA PRÁCTICA CALIFICADA (T2)
	7	<ul style="list-style-type: none"> Las estrategias en las Relaciones Públicas
	8	<ul style="list-style-type: none"> Las tácticas en las Relaciones Públicas
	9	EXAMEN PARCIAL
	10	<ul style="list-style-type: none"> Plan de Relaciones Públicas Formación de grupos
	11	<ul style="list-style-type: none"> Organización de las funciones de relaciones públicas Dirección de Relaciones Públicas Asesoría a equipos de trabajo
	11	PRIMER TRABAJO CALIFICADO (T3)
Unidad 3 Propuesta de Plan de Relaciones Públicas	12	<ul style="list-style-type: none"> Perfil del director de Relaciones Públicas Asesoría a equipos de trabajo
	12	SEGUNDO TRABAJO CALIFICADO (T4)
	13	<ul style="list-style-type: none"> Presentación de resultados de la investigación Diagnóstico. Análisis situacional Asesoría a equipos de trabajo
	14	<ul style="list-style-type: none"> Presentación de: Propuesta del programa Asesoría a equipos de trabajo
	15	<ul style="list-style-type: none"> Presentación de Plan de actividades Asesoría a equipos de trabajo
	16	<ul style="list-style-type: none"> Presentación de Presupuesto Asesoría a equipos de trabajo
	13-16	REGISTRO DEL PROMEDIO DE PRESENTACIONES PARCIALES DEL PROYECTO (T5)
	17	EXAMEN FINAL (SUSTENTACIÓN DEL PROYECTO)
	18	NO HAY EVALUACIÓN SUSTITUTORIA

10. SISTEMA DE EVALUACIÓN DEL CURSO

NORMAS VIGENTES

Es obligatoria la asistencia a las clases teóricas y prácticas programadas (70%). El alumno que no cumpla con este requisito quedará inhabilitado en el curso. El alumno que no esté presente al llamado de lista será considerado ausente. El cómputo de la asistencia se realiza desde el primer día de clases.

El sistema de evaluación mide el logro de determinados objetivos (contenidos), para lo cual contempla dos tipos de prueba: Exámenes parciales y Evaluación continua. Los parciales son dos y evalúan los contenidos conceptuales y prácticos del curso. Se toman en la novena semana de clases y en la decimoséptima semana

La nota final de la **Evaluación Continua** debe ser el promedio de 5 notas (T) como mínimo. No es posible la recuperación de ninguna nota parcial de la Evaluación Continua, bajo ningún concepto. El cálculo de la nota final de evaluación continua es un promedio ponderado de las cinco evaluaciones y equivale al 60% de la nota final del curso.

El peso de cada T es:

EVALUACIÓN	PESO (%)	ESCALA VIGESIMAL
T01	10	1,2
T02	15	1,8
T03	20	2,4
T04	25	3,0
T05	30	3,6
TOTAL	100%	12

Los pesos ponderados de las clases de evaluación son los siguientes:

EVALUACIÓN	PESO (%)	ESCALA VIGESIMAL
PARCIAL	20	4
CONTINUA	60	12
FINAL	20	4
TOTAL	100%	20

El sistema de evaluación contemplará los siguientes criterios de evaluación:

CRITERIOS A TENER EN CUENTA		SE DESARROLLARÁN A TRAVÉS DE	SE EVALUARÁN A TRAVÉS DE
1.	Dominio de expresión verbal y escrita/presentaciones efectivas	Análisis de textos y videos	Tabla 1, pruebas escritas y orales
2.	Responsabilidad y puntualidad	Entrega puntual de trabajos. Asistencia.	Tabla 2
3.	Capacidad para planificar el trabajo	Presentación de avances de los trabajos programados	Tabla 2
4.	Creatividad (propuestas innovadoras y originales)	Ejecución de trabajos novedosos	Tabla 1
5.	Cultura general (generación de conocimientos)	Análisis, comentarios, paneles	Tabla 2

6.	Investigación y análisis de la realidad	Exposiciones, debates, Grupos de discusión y de estudio, investigación bibliográfica	Tabla 2
----	---	--	---------

El cronograma de la evaluación continua del curso es el siguiente:

T	Descripción	Semana
T1	Prácticas	3
T2	Prácticas calificadas (elaboración de mensajes de comunicación interna y externa).	5 y 6
T3	Trabajo de Campo y prácticas calificadas	11
T4	Expositor invitado	12
T5	Presentaciones parciales del proyecto.	13 - 16

11. BIBLIOGRAFÍA OBLIGATORIA

##	CÓDIGO	AUTOR	TÍTULO, EDITORIAL, FECHA
1	659.2 WILC	WILCOX, DENNIS L.	<i>RELACIONES PÚBLICAS. ESTRATEGIAS Y TÁCTICAS.</i> PEARSON EDUCACIÓN S.A. MADRID. 2001.
2	659.2 MERC	MERCADO H., SALVADOR.	<i>RELACIONES PÚBLICAS APLICADAS: UN CAMINO HACIA LA PRODUCTIVIDAD.</i> MÉXICO. 2002.

12. BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

##	CÓDIGO	AUTOR	TÍTULO, EDITORIAL, FECHA
1	659.2 BARQ	BARQUERO CABRERO, JOSÉ DANIEL.	<i>COMUNICACIÓN Y RELACIONES PÚBLICAS. DE LOS ORÍGENES HISTÓRICOS AL NUEVO ENFOQUE DE PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA.</i> MCGRAW HILL. MADRID. 2002.
2	659.2 FRIE	FRIESLEBEN GOFF, CHRISTINE.	<i>EL PROCESO DE LAS RELACIONES PÚBLICAS.</i> PUBLIGRAFICS S.A. MÉXICO. 1995.
3	659.2 SEIT	SEITEL, FRASER.	<i>TEORÍA Y PRÁCTICA DE LAS RELACIONES PÚBLICAS.</i> PEARSON EDUCACIÓN S.A. MADRID. 2002.
4	659.2 MERC	MERCADO H., SALVADOR.	<i>RELACIONES PÚBLICAS APLICADAS: UN CAMINO HACIA LA PRODUCTIVIDAD.</i> MÉXICO. 2002.

ANEXOS:

EVALUACIÓN DE EXPOSICIÓN ORAL

TABLA 1

FICHA DE EXPOSICIÓN ORAL Y PRODUCTO						
Asignatura:		Clase:				
Docente: Milagritos Velarde						
Expositores		Grupo N°				
E1						
E2						
E3						
E4						
0.....2 Muy escasamente Gran medida						
ASPECTOS EXPOSICIÓN			PUNTAJE			
			E1	E2	E3	E4
1. La exposición es ordenada						
2. El expositor domina el tema						
3. El expositor usa medios y materiales adecuados						
4. El expositor tiene capacidad de síntesis						
5. El expositor tiene la capacidad de responder interrogantes						
ASPECTOS PRODUCTO			PUNTAJE			
			E1	E1	E1	E1
6. El informe tiene carátula						
7. El informe es presentado en CD						
8. El tema fue desarrollado correctamente						
9. El informe fue presentado en la fecha señalada						
Nota de los expositores						
Nota del grupo						

EVALUACIÓN DE TRABAJO GRUPAL

TABLA 2

EVALUACIÓN DE TRABAJO GRUPAL							
Docente:							
Asignatura:		Clase:					
Expositores		Grupo N°					
Nombres y apellidos		Función	N° trabajo:				
1.			A	B	C	D	E
2.							

3.							
4.							
5.							
Criterios de Evaluación		Valores					
A. Cumplimiento de función		1.	Muy mal				
B. Asistencia a reuniones		2.	Mal				
C. Aportación de ideas		3.	Regular				
D. Conocimiento del tema		4.	Bueno				
E. Empatía (trabajo en equipo)		5.	Excelente				