



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE
MÉXICO**



Facultad de Ciencias Políticas y Sociales

**Plan de Estudios
de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación.**

Relaciones públicas II

Clave	Semestre 06, 07, 08	Créditos 08			
			Campo de conocimiento		
			Etapa	Profundización	
Modalidad	Curso (X) Taller () Lab () Sem ()	Tipo	T (X)	P ()	T/P ()
Carácter	Obligatorio () Optativo (x) Obligatorio E () Optativo E ()	Horas			
		Semana	Semestre		
		Teóricas 4	Teóricas 64		
		Prácticas 0	Prácticas 0		
		Total 4	Total 64		

Seriación	
Ninguna (x)	
Obligatoria ()	
Asignatura antecedente	
Asignatura subsecuente	
Indicativa ()	
Asignatura antecedente	
Asignatura subsecuente	

Objetivo general:

Los alumnos tendrán la capacidad de elaborar y ejecutar programas de Relaciones Públicas como herramienta estratégica en el área de la Comunicación Organizacional, tomando en cuenta a públicos y entidades, tanto internas como externas.

Objetivos específicos:

1. Que el alumno cuente con la capacidad de investigar, analizar para diseñar, ejecutar y

- evaluar un programa de relaciones públicas.
2. Que el alumno comprenda los valores éticos y la reputación de la actividad de las Relaciones Públicas.
 3. Que el estudiante comprenda la labor de los medios de comunicación como vehículos fundamentales para establecer las relaciones entre una organización y sus públicos.
 4. El alumno identifique, analice y gestione una situación de crisis en una organización a través de un plan que sirva para la difusión de mensajes clave a los públicos de interés.
 5. Que el alumno comprenda el ámbito del cabildeo y cuáles son las estrategias que se pueden implementar en relaciones con gobierno y comunidades.
 6. Que el alumno reconozca el impacto de las tecnologías de la información en el ejercicio de las Relaciones Públicas.

Índice temático

	Temas	Horas Semestre	
		Teóricas	Prácticas
1	Investigación y planeación en Relaciones Públicas	10	0
2	Ética y reputación	10	0
3	Relación con medios de comunicación	10	0
4	Gestión de crisis	10	0
5	Cabildeo y relaciones con gobierno	10	0
6	Relaciones Públicas en internet	14	0
	Total	64	0
	Suma total de horas	64	

Contenido Temático

Temas	Subtemas
1.	Investigación y planeación en relaciones públicas 1.1 Importancia de la investigación 1.2 Definición de la situación, objetivos y alcance 1.3 Estrategias y tácticas 1.4 Públicos y mensajes clave 1.5 Planeación y recursos 1.6 Implementación, seguimiento, y evaluación
2.	Ética y reputación 2.1 Conceptos en torno a la ética 2.1.1 La ética en el ejercicio de las relaciones públicas 2.2 La reputación como activo de la organización 2.2.1 La comunicación de la reputación
3.	Relación con medios de comunicación 3.1 Los medios de comunicación 3.2 Las organizaciones y la importancia de su relación con los medios de comunicación 3.3 Tácticas a través de medios de comunicación 3.3.1 Herramientas escritas 3.3.2 Herramientas orales 3.3.3 Herramientas visuales
4.	Gestión de crisis

	4.1 Definición de crisis, características, impacto y comunicación en tiempos de crisis. 4.2 Plan de crisis. 4.3 Entrenamiento en medios. 4.4 Las relaciones con la comunidad.	
1.	Cabildeo y relaciones con gobierno 5.1 Cabildeo. 5.2 Grassroots. 5.3 Relaciones con gobierno. 5.4 Warrom	
6.	Relaciones Públicas en internet 6.1 El reto de internet para las relaciones públicas 6.2 Características de medios en línea 6.3 Relaciones públicas off-line o no virtuales. 6.4 Alcance e impacto para las relaciones públicas con las nuevas tecnologías	
Estrategias didácticas		Evaluación del aprendizaje
Exposición	(X)	Exámenes parciales (X)
Trabajo en equipo	(X)	Examen final ()
Lecturas	(X)	Trabajo y tareas (X)
Trabajo de investigación	(X)	Presentación de Temas ()
Prácticas (taller o laboratorio)	(X)	Participación en clase (X)
Prácticas de campo	(X)	Asistencia (X)
Aprendizaje por proyectos	(X)	Rúbricas ()
Aprendizaje basado en problemas	(X)	Portafolios ()
Casos de enseñanza	(X)	Listas de cotejo ()
Otras (especificar)	()	Otras (especificar) ()
Perfil profesiográfico		
Título o grado	Licenciado en Ciencias de la Comunicación y disciplinas afines	
Experiencia docente	Experiencia docente de dos años en Ciencias de la Comunicación	
Otra característica	Que posea conocimientos en Relaciones Públicas y/o que ejerza en el campo de esta actividad.	
Bibliografía básica:		

1. Investigación y planeamiento en RP.

HERNÁNDEZ SAMPIERI, Roberto, *Metodología de la investigación*, México, Ed. McGraw-Hill Interamericana, 2010, pp. 613.

PIÑUEL RAIGADA, José Luis, *Metodología general: conocimiento científico e investigación en la comunicación social*, Madrid, Ed. Síntesis, 1995, pp. 639.

DEL RÍO, Olga, *La investigación en comunicación: métodos y técnicas en la era digital*, Barcelona, Ed. Gedisa, 2011, pp. 284.

ROJAS ORDUÑA, Octavio Isaac, *Relaciones públicas: la eficacia de la influencia*, Madrid, ESIC Editorial, 2008, pp. 400.

WILCOX, Dennis L., et. al., *Relaciones públicas: estrategias y tácticas*, Madrid, Ed. Pearson Educación, 2012, pp. 630

2. Reputación y Ética

DE LA ISLA, Carlos, *Ética y Empresa*, México, Ed. Instituto Tecnológico Autónomo de México, Unión Social de Empresarios de México A.C. y Fondo de Cultura Económica, 2000, pp. 287.

VILLAFANE, Justo, *La buena reputación: claves del valor intangible de las empresas*, Madrid, Ed. Pirámide, 2004, pp. 194.

VILLAFANE, Justo, *Quiero trabajar aquí: las seis claves de la reputación interna*, Madrid, Ed. Pearson Prentice Hall, 2006, pp. 101.

WILCOX, Dennis L., et. al., *Relaciones públicas: estrategias y tácticas*, Madrid, Ed. Pearson Educación, 2012, pp. 630.

XIFRA TRIADÚ, Jordi, *Relaciones públicas, empresa y sociedad: una aproximación ética*, Barcelona, Ed.UOC: El Ciervo, 2010, pp. 129

3. Los medios y la relación con medios.

FERNÁNDEZ CAVIA, José, *Redacción en relaciones públicas*, Madrid, Ed. Pearson/Prentice Hall, 2009, pp. 334.

HAVENS, Timothy, *Understanding media industries*, New York, Ed. Oxford University Press, 2012, pp. 272.

PIÑUELRAIGADA, José Luis, *Confiar en la prensa o no: un método para el estudio de la*

construcción mediática de la realidad, Salamanca, 2013, pp. 199

STARR, Douglas Perret, *Working the story: a guide to reporting and newswriting for journalists and public relations professionals*, Lanham, Ed. Rowman & Littlefield, 2014, pp. 299

WILCOX, Dennis L., et. al., *Relaciones públicas: estrategias y tácticas*, Madrid, Ed. Pearson Educación, 2012, pp. 630.

4. Gestión de crisis

WILCOX, D. et al (2003) *Relaciones Públicas. Estrategias y Tácticas, 6ª ed.*, Madrid: Ed. Prentice Hall.

MERCADO, Salvador . 2002. *Relaciones Públicas Aplicadas*. Primera edición. México. Ed. Thompson Learning.

BLACK, Sam. 1994. ABC de las *Relaciones Públicas*. Tercera edición. Barcelona. Ed. Gestión 2000.

FITA, Jaume. *Comunicación en programas de crisis*. Ed. Gestión 2000, España, 1999, pp. 217.

LERDO DE TEJADA Y GOMINA, *El Lobbying en México*, Porrúa, México, 2005

XIFRA, Jordi (1999), *Lobbying. Cómo influir eficazmente en las decisiones de las instituciones Públicas*, Barcelona, Gestión 2000

BARQUERO, J.D. (1995): *Casos prácticos de Relaciones Públicas*. Barcelona: Gestión 2000.

HULA, Kevin W. (2002), *Cabildeo / Lobbying*, México: Limusa Noriega Editores

5. Relaciones Públicas en Internet

WOLTON, Dominique (2000); *Internet, ¿y después? Una teoría crítica de los nuevos medios de comunicación*, Barcelona: Gedisa

ROJAS ORDUÑA, Octavio Isaac; *Relaciones públicas: la eficacia de la influencia*. 3ra Edición, ESIC. 2012

FERNÁNDEZ, M. (2010): *Relaciones Públicas 2.0. Razón y Palabra*, Nº 52, edición digital. México. <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n52/mfernandez.html>

Bibliografía complementaria:

CAPRIOTTI, Paul, *Planificación estratégica de la imagen corporativa*. España, 1999. Ediciones Ariel Comunicación, 254 páginas.

GRUNIG, James E., et al., *Dirección de relaciones públicas*, Ed. Gestión 2000, España, 2000, pp.757.

LACASA, Antonio S. *Gestión de la comunicación Empresarial*, España, Ed. Gestión 2000, pp.256.

PERDIGUERO, Tomás G. *La responsabilidad social de las empresas en un mundo global*, España, 2003, pp.215.

PIOTET, Jean Pierre. *Réputation – Le regard des autres*, Ed. ESKA, 2004, París, Francia, pp.56.

GARDUÑO OCHOA, Raúl, *Prospectiva para todos. Construcción de escenarios*, Ed. Working Papers 1, México, 2004, pp.34.

PRIESS, Frank, *Relación entre política y medios*, Ed. Konrad Adenauer, Argentina, 2002, pp. 496.

SUN TZU, *El arte de la Guerra*, Ed. EDAF, S.A. España, 2002, pp. 125

FINK, Steven. *Crisis Management*. An Authors Guild Backinprint. Com. Edition. EUC. 2002, pp. 245

GARCÍA BETANCOURT, José Arturo. *El manejo de las crisis en las empresas*. Ed. McGraw Hill Interamericana, Colombia, 1999, pp.157.

GONZÁLEZ HERRERO, Alfonso, *Marketing Preventivo: la comunicación de crisis en la empresa*, Ed. Bosch, 1998, España, p. 208.