



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO



Facultad de Ciencias Políticas y Sociales

Plan de Estudios de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación

Relaciones públicas

Clave	Semestre 5°	Créditos 8	Campo de profundización		Comunicación Organizacional
			Etapa		Profundización
Modalidad	Curso (x) Taller () Lab () Sem ()	Tipo	T (X) P () T/P ()		
Carácter	Obligatorio (X) Optativo ()	Horas			
	Obligatorio E () Optativo E ()				
		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: El alumno conocerá los principios básicos, orígenes y el desarrollo de las Relaciones Públicas, desde el ámbito nacional e internacional, así como las diferentes teorías y áreas que sustentan a esta disciplina.

Comprenderá la importancia de la materia en el desarrollo de la cultura, identidad, imagen,

reputación y opinión de los públicos internos y externos, y las organizaciones.
 Conocer, las bases teóricas-metodológicas para la elaboración de un Plan de relaciones públicas.

Objetivos específicos:

El alumno será capaz de:

Comprender las nociones y teorías de público y tipos de públicos.

Conocer la metodología y elementos para la elaboración de un Plan de relaciones públicas.

Aplicar las tecnologías y su uso en las relaciones públicas.

Índice temático

	Tema	Horas Semestre	
		Teóricas	Prácticas
1	Antecedentes y evolución	14	0
2	Opinión pública	14	0
3	Públicos	14	0
4	Gestión de crisis	14	0
5	Ética y reputación	8	0
	Total	64	0
	Suma total de horas	64	

Contenido Temático

Tema	Subtemas
1	Antecedentes y evolución 1.1 Definiciones y objetivos 1.2 Orígenes y evolución en México y el mundo 1.3 Diversas disciplinas y áreas vinculadas 1.3.1 Imagen e identidad, cultura, gestión, planeación, liderazgo 1.3.2 Periodismo, mercadotecnia, publicidad, propaganda 1.4 Vínculos con las teorías y escuelas de las organizaciones y la comunicación
2	Opinión pública 2.1 Teorías de la opinión pública 2.2 Herramientas de medición 2.3 Discurso y persuasión 2.4 Medios y periodismo
3	Públicos 3.1 Tipos de públicos 3.2 Teoría Situacional. Los públicos de Grunig 3.3 Internos y externos 3.4 Los Stakeholders 3.5 Los voceros 3.6 Los líderes 3.7 Medios internos y externos
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

5	Ética y reputación	
	5.1	Conceptos en torno a la ética
	5.1.1	La ética en el ejercicio de las relaciones públicas
	5.2	La reputación como activo de la organización
	5.2.1	La comunicación de la reputación
Estrategias didácticas		Evaluación del aprendizaje
Exposición	(X)	Exámenes parciales (X)
Trabajo en equipo	(X)	Trabajo final (X)
Lecturas	(X)	Trabajo y tareas (X)
Trabajo de investigación	()	Presentación de tema (X)
Prácticas (taller o laboratorio)	()	Participación en clase (X)
Prácticas de campo	()	Asistencia (X)
Aprendizaje por proyectos	()	Rúbricas ()
Aprendizaje basado en problemas	(X)	Portafolios ()
Casos de enseñanza	()	Listas de cotejo ()
Otras (especificar)	(X)	Otras (especificar) (X)
Videos		Dinámicas grupales con temas del curso
Agenda de actividades		Análisis de casos prácticos
		Visitas a organizaciones
		Elaboración de un plan de relaciones públicas
Perfil profesiográfico		
Título o grado	Licenciatura en Ciencias de la Comunicación o disciplinas afines	
Experiencia docente	Recomendable dos años	
Otra característica	Conocimiento y experiencia laboral en comunicación organizacional.	
Bibliografía básica:		
Tema 1		
BLACK, Sam, <i>ABC de las relaciones públicas</i> , Tercera edición, Ed. Gestión 2000, Barcelona, 1994.		
GRUNIG, James E., et al., <i>Dirección de relaciones públicas</i> , Ed. Gestión 2000, España, 2000, pp.757.		
MERCADO, Salvador, <i>Relaciones públicas aplicadas</i> , Thompson Learning, México, 2002.		
WILCOX, D. et al, <i>Relaciones públicas. Estrategias y tácticas</i> , 6ª ed., Prentice Hall, Madrid, 2003.		
Tema 2		
ALARICO GÓMEZ, Carlos, <i>Gerencia de relaciones publicas y protocolo</i> , Los libros de El Nacional, 2005.		
BERCHOLC, Jorge, <i>Opinión pública y medios de comunicación: nuevas cuestiones</i> , La Ley, 2003.		
CUENCA FONTBONA, Joan , <i>Las auditorías de las relaciones públicas</i> , Editorial UOC, Barcelona, 2012.		

D'ADAMO, Orlando y otros, *Medios de comunicación y opinión pública*, McGraw-Hill Interamericana de España S.L., 2007.

MONZÓN ARRIBAS, Cándido, *Opinión pública, comunicación y política*, Tecnos, 2006.

Tema 3

CALDEVILLA DOMÍNGUEZ, David, *Manual de relaciones públicas*, Editorial Visión Libros, España, 2007.

MÍGUEZ GONZÁLEZ, María Isabel, *Los públicos en las relaciones públicas*, Editorial UOC, Barcelona, 2010.

ROJO VILLADA, Pedro Antonio, *Gestión de las relaciones públicas: las relaciones con los públicos de la organización de la estrategia empresarial*, DM, 2001.

XIFRA TRIADÚ, Jordi, *Técnicas de las relaciones públicas*, Editorial UOC, Barcelona, 2007.

Tema 4

WILCOX, D. et al, *Relaciones públicas. estrategias y tácticas*, 6ª ed., Prentice Hall, Madrid, 2003.

MERCADO, Salvador, *Relaciones públicas aplicadas*, Primera edición, Thompson Learning, México, 2002.

BLACK, Sam, *ABC de las relaciones públicas*, Tercera edición, Ed. Gestión 2000, Barcelona, 1994.

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

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

Tema 5

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*, Pirámide, Madrid, 2004, pp. 194.

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

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

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

Bibliografía complementaria:

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

BERNAYS, Edward L. *Relaciones Públicas*, traducción de Emilio M. Sierra, Troquel, Buenos Aires, 1966, 484 pp.

BONILLA GUTIÉRREZ, Carlos, *La comunicación función básica de las relaciones públicas*, Trillas, México 1988, 109 pp.