



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		
			Etapa	Comunicación Organizacional 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		

<b>Seriación</b>	
Ninguna ( X )	
Obligatoria ( )	
Asignatura antecedente	
Asignatura subsecuente	
<b>Indicativa ( )</b>	
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	<b>Antecedentes y evolución</b>	14	0
2	<b>Opinión pública</b>	14	0
3	<b>Públicos</b>	14	0
4	<b>Gestión de crisis</b>	14	0
5	<b>Ética y reputación</b>	8	0
	<b>Total</b>	<b>64</b>	<b>0</b>
	<b>Suma total de horas</b>	<b>64</b>	

**Contenido Temático**

Tema	Subtemas
1	<b>Antecedentes y evolución</b> 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	<b>Opinión pública</b> 2.1 Teorías de la opinión pública 2.2 Herramientas de medición 2.3 Discurso y persuasión 2.4 Medios y periodismo
3	<b>Públicos</b> 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	<b>Gestión de crisis</b> 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	<b>Ética y reputación</b>	
	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
<b>Estrategias didácticas</b>		<b>Evaluación del aprendizaje</b>
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
<b>Perfil profesiográfico</b>		
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.	
<b>Bibliografía básica:</b>		
<b>Tema 1</b>		
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.		
<b>Tema 2</b>		
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.