Fecha Aprobación:
29/03/2013

UNIVERSIDAD DEL AZUAY

FACULTAD DE FILOSOFIA LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACION

ESCUELA DE COMUNICACION SOCIAL

Sílabo

1. Datos generales

Materia: RELACIONES PUBLICAS
Código: FLC0270
Créditos: 4
Nivel: 8
Paralelo: A8-CMS
Eje de formación: PROFESIONAL
Periodo lectivo: PERIODO MAR/2013 - JUL/2013
Total de horas: 64
Profesor: GUILLERMO RIOS VICTOR HUGO
Correo electrónico: hguiller@uazuay.edu.ec
Prerrequisitos:
NO TIENE

2. Descripción y objetivos de la materia

La materia se justifica para cumplir con uno de los perfiles de la carrera. La asignatura trata de establecer correlaciones, dependencias, interacciones e implementaciones entre todos aquellos elementos que, a través de la comunicación, inciden y condicionan el entorno, el entramado social en el que la empresa se desenvuelve.

Esta materia pretende responder a algunas preguntas que toda persona se puede hacer sobre qué papel juega la comunicación en las organizaciones, qué objetivos posee, los diferentes públicos con los que nos podemos encontrar, las herramientas más adecuadas de actuación y los diferentes ámbitos en los que desarrolla su acción.Se intenta abarcar los principales elementos estructurales y de aplicación de las Relaciones Públicas y se profundiza, en las técnicas y las estrategias.

Existe una clara relación con todas las materias de la escuela que tratan el tema de Comunicación Organizacional, las Relaciones Publicas, imagen corporativa así como también con la ética, la investigación, la organización de eventos, la comunicación estratégica, entre otras

3. Contenidos

1. ¿Qué son las Relaciones Publicas?

1.1. El reto de las relaciones publicas (4 horas)

1.2. Las relaciones publicas como proceso (2 horas)

1.3. Los elementos de las relaciones publicas (2 horas)

1.4. Las diferencias de relaciones públicas y periodismo (4 horas)

1.5. Las diferencias entre las RR.PP. y Publicidad. El marketing (4 horas)

2. La evolución de las RR.PP.

2.1. Una breve historia de las RR.PP. (1 horas)

2.2. La edad media (1 horas)

2.3. Los primeros tiempos en América (2 horas)

2.4. El desarrollo Norteamericano (2 horas)

2.5. Las RR.PP. en las épocas modernas (1 horas)

2.6. Tendencias en la práctica actual (1 horas)

3. Comunicados de prensa, boletines de información y folletos

3.1. Planificación de un comunicado de prensa, el formato, el contenido (2 horas)

3.2. Anuncios de prensa, convocatorias de prensa y hojas informativas (2 horas)

3.3. Dossier de prensa (4 horas)

3.4. Distribuciones de materiales informativos: Correo, correo electrónico, servicios electrónicos de noticias, salas de prensa virtual. Redes sociales. (4 horas)

3.5. Boletines de información y revistas. Folletos. Publicidad de RR.PP. (4 horas)

4. Corporaciones. La corporación moderna de hoy en día

4.1. Relaciones con los medios de comunicación (2 horas)

4.2. Relaciones con los consumidores (2 horas)

4.3. Relaciones con los empleados (2 horas)

4.4. La comunicación de marketing (2 horas)

4.5. Relaciones medioambientales (2 horas)

5. Comunicación Empresarial 2.0

5.1. El reto de la visibilidad de la empresa en la Red (4 horas)

5.2. El modelo actual de la comunicación empresarial (2 horas)

5.3. La trasformación de los medios de comunicación (cambios en medios tradicionales) (2 horas)

5.4. La importancia de los nuevos medios para su empresa. Porque su empresa tiene que estar en Internet (2 horas)

5.5. SERVICIOS WEB 2.0: RE-DEFINICIÓN DE LA COMUNICACIÓN EMPRESARIAL (4 horas)

4. Sistema de Evaluación

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

Resultado de aprendizaje de la materia	*Evidencias*
bm. Aplica herramientas de Relaciones Públicas en la organización.	
- Aplica y evalúa el valor de las RR.PP y las diferentes estrategias y tácticas que se aplican hoy endía.	
- Reconoce a las Relaciones Públicas como una herramienta válida dentro de la comunicación en una empresa o institución	*- Exámenes escritos* *- Informes* *- Control de lectura* *- Documento de ejercicios y tareas resueltas dentro del aula* *- Estudios de casos* *- Lecciones orales*

Desglose de Evaluación

Evidencia	Descripción Evidencia	Contenidos Sílabo Evaluar	Aporte	Calificación	Fch.Aproximada

Metodología

.

Criterios de Evaluación

¿ Se calificarán los resultados de los trabajos prácticos encomendados a cada alumno. La presentación y calidad, sin descuidar aspectos la buena ortografía. ¿ La preparación y la forma de presentación de las lecciones en clase. ¿ En las pruebas y examen que el estudiante no divague y sea claro en las preguntas ¿ El aporte del estudiante en el control de lectura

5. Textos y otras referencias

Libros

BIBLIOGRAFÍA BASE

- Beatriz de Orleans.(2005). El arte de hacer Relaciones Publicas. Madrid: Santillana Ediciones Generales. A traves del profesor.
- Grupo BPMO.(2007). Comunicación empresarial 2.0. La función de las nuevas tecnologías sociales en la estrategia de comu. España: Novoprint. A través del profesor. www.grupobpmo.c.
- Peña Limón Moisés.(2008). Imagen Corporativa. Mexico: Trillas. A través del profesor.
- Wilcox. Cameron Xifra.(2007). Relaciones Públicas. Estrategias y tácticas. MAdrid: Pearson educación S.A.. A través de profesor.

Web

BIBLIOGRAFÍA BASE

- Melgar Callejas José María. Obtenido de e-libro Universidad del Azuay: http://site.ebrary.com/lib/uasuaysp/docDetail.action?docID=10311267&p00=relaciones%20publicas.
- Igor Galo. Obtenido de ProQuest Central: http://search.proquest.com/docview/368406825?accountid=36552.
- Grupo BPMO. Obtenido de www.grupobpmo.com: www.grupobpmo.com.

Software

BIBLIOGRAFÍA

Docente

Director Junta

Fecha Aprobación: **29/03/2013**

APROBADO