

Gerencia y relaciones públicas

I. IDENTIFICACIÓN DEL CURSO

Centro Universitario:

Centro Universitario de Ciencias Biológicas y Agropecuarias

Departamento:

Departamento de Desarrollo Rural Sustentable

Academia:**Nombre de la unidad aprendizaje:**

Gerencia y Relaciones Públicas

Clave de la materia:	Horas de Teoría:	Horas de practica:	Total de Horas:	Valor en créditos:
	2	3	5	10

Tipo de Curso:	Nivel en que se ubica:	Carrera:	Prerrequisitos:
Por competencia	Licenciatura	Licenciatura en Agronegocios	

Área de formación

Área de Formación Básica Particular

Elaborado por:

Mtro. Rodolfo Cabral Parra

Fecha de elaboración:

Mayo 2005

Fecha de última actualización:

6. PRESENTACIÓN

Conocer las relaciones públicas y comunicación en los diferentes tipos de organizaciones, además de entender la importancia de desarrollar sus habilidades técnicas, interpersonales y directivas.

7. UNIDAD DE COMPETENCIA

Sabrán los elementos de la comunicación en las relaciones entre personas y grupos, aplicará las relaciones públicas en la práctica cotidiana ante situaciones que se viven a diario en la organización.

8. SABERES

Saberes Prácticos	<ol style="list-style-type: none"> 1. La dinámica en las Relaciones Públicas. 2. Administración del tiempo. 3. Diseño y comunicación corporativa.
Saberes Teóricos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Principales formas para investigar el contexto de las Relaciones Públicas. 2. Opinión pública, qué es y cómo se forma. 3. Técnica de la comunicación.
Saberes Formativos	<ol style="list-style-type: none"> 1. La ética de las Relaciones Públicas. 2. Valores en las habilidades directivas. 3. Sensibilidad en la calidad de las comunicaciones.

9. CONTENIDO TEÓRICO PRÁCTICO (temas y subtemas)

<ol style="list-style-type: none"> 1. Conceptualización de las Relaciones Públicas. Antecedentes, conceptos y generalidades de las Relaciones Públicas. Las Relaciones Públicas y el gerente como factor transformador de las organizaciones. Departamentos internos de Relaciones Públicas. La ética de las Relaciones Públicas. 2. La comunicación en las Relaciones Públicas. Elementos básicos de la comunicación verbal, no verbal y escrita. Comunicación formal e informal en las organizaciones. Técnicas de la comunicación: publicidad y propaganda, técnicas de publicidad, propaganda institucional, elementos y característica Medios masivos de comunicación. Fundamentos y habilidades de la entrevista. 3. La dinámica e imagen corporativa en las Relaciones Públicas. El gerente y la opinión pública, qué es y cómo se forma. Diferentes clases de público: internos, externos y especializantes. Etapas y fases del proceso de imagen. Replanteamiento de la imagen corporativa y personal. Diseño y comunicación corporativa. Evaluación y producto de la imagen en Relaciones Públicas.
--

10. ACCIONES

<ol style="list-style-type: none"> 1. Conocer los fundamentos y desafíos de las Relaciones Públicas y la comunicación para un mejor desempeño del gerente. 2. Saber la importancia y los enfoques de la comunicación en las Relaciones Públicas, propaganda y técnicas de publicidad. 3. Promover e impulsar la imagen corporativa en la organización de los diferentes escenarios que plantean las Relaciones Públicas.

ELEMENTOS PARA LA EVALUACIÓN

7. Evidencias de aprendizaje	8. Criterios de desempeño	9. Campo de aplicación
1. Tener presencia aceptada	1. Los integrantes del grupo	1. Sector social rural.

<p>en el grupo de Relaciones Públicas de interés.</p> <p>2. Capacitación y desarrollo de personal en los departamentos internos de las Relaciones Públicas.</p> <p>3. Proceso de planeación, evaluación y producto de la imagen de Relaciones Públicas.</p>	<p>de interés deben de estar socializados con el estudiante y el personal de apoyo de capacitación en los medios masivos de la comunicación.</p> <p>2. Fundamentos y habilidades de la entrevista.</p> <p>3. Etapas y fases del proceso de imagen.</p> <p>4. Replanteamiento de imagen y evaluación del producto.</p>	<p>2. Sector oficial rural-urbano.</p> <p>3. Sector empresarial rural-urbano.</p> <p>4. Sector educación oficial y particular.</p> <p>Sector agro exportador.</p>
---	---	---

24. CALIFICACIÓN

--

25. ACREDITACIÓN

--

26. BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

--

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

--