

[Regresar...](#)

## Relaciones Públicas y Comunicación

### Datos Generales

1. Nombre de la Asignatura	2. Nivel de formación	3. Clave de la Asignatura
Relaciones Públicas y Comunicación	Licenciatura	CU190
4. Prerrequisitos	5. Área de Formación	6. Departamento
Ninguno	Optativa abierta	Departamento de Administración
7. Academia	8. Modalidad	9. Tipo de Asignatura
Sociología de las Organizaciones	Presencial	Curso-Taller
10. Carga Horaria		
Teoría	Práctica	Total
40	40	80
Créditos		8

### 12. Trayectoria de la asignatura

Esta asignatura es parte de la orientación optativa en Comunicación Corporativa se imparte a los alumnos Licenciados en Financiera y Sistemas, Licenciados en Contaduría Pública, Licenciados en Administración, Licenciado en Mercadotecnia, Licenciado en Negocios Internacionales, Licenciados Tecnología de la Información, Licenciados en Turismo.

### Contenido del Programa

#### 13. Presentación

La asignatura de **Relaciones Públicas y Comunicación** se complementa como una base principal para el desarrollo de las organizaciones en el prestigio e imagen corporativa que lleva a la empresa a su crecimiento y aceptación en el ámbito competitivo, implementando las **relaciones** públicas necesarias para su crecimiento y aceptación a los diferentes públicos que interactúan en ella fortaleciendo su prestigio.

#### 14.- Objetivos del programa

##### Objetivo General

Que el alumno implemente en su vida profesional la forma de representar a un organismo que le brinde desarrollo y crecimiento en el, así como para proyectar a la empresa en todos los niveles tanto nacionales como internacionales y posicionar el mercado con una reputación aceptable y emprendedora.

## 15.-Contenido

### Contenido temático

**Unidad 1: Función y aplicaciones de las Relaciones Públicas 10 hrs.**

**Unidad 2: Importancia de los medios de comunicación en las Relaciones Públicas 10 hrs.**

**Unidad 3: Proceso de investigación y tipos de públicos 15 hrs.**

**Unidad 4: Imagen corporativa y reputación de las Relaciones Públicas 15 hrs.**

**Unidad 5: Tipos de protocolos e imagen personal en las Relaciones Públicas 10 hrs.**

### Contenido desarrollado

**Unidad 1: Función y aplicaciones de las Relaciones Públicas.**

Objetivo particular de la unidad: establecer las características generales de las relaciones públicas en las organizaciones

1.1 ¿Qué son las relaciones públicas?

1.2 Evolución de las relaciones públicas.

1.3 Ética y profesionalidad.

1.4 Departamentos y consultores de relaciones públicas.

1.5 Habilidades de los publicitarios.

**Unidad 2: Importancia de los medios de comunicación en las Relaciones Públicas.**

Objetivo particular de la unidad: determinar la importancia de los medios de comunicación para las Relaciones Públicas.

2.1 Periódicos.

2.2 Revistas.

2.3 Radio.

2.4 Televisión abierta y por cable.

2.5 Internet, intranets y sitios web.

2.6 Preparación y estrategias para reunirse con los medios

2.7 Películas.

**Unidad 3: Proceso de investigación y tipos de públicos.**

Objetivo particular de la unidad: analizar la relación de la investigación para la determinación de los tipos de público en las Relaciones Públicas.

3.1 Definir el papel de la investigación y utilidad en las relaciones públicas.

3.2 Técnicas de investigación.

3.3 Diseño de cuestionarios.

3.4 Tipos de entrevista.

3.5 Opinión e interés de los públicos y persuasión.

3.6 Tipos de público externo y su función con las relaciones públicas.

3.7 Función de las relaciones públicas con el público interno.

3.8 Relaciones públicas internacionales.

**Unidad 4: Imagen corporativa y reputación de las Relaciones Públicas.**

Objetivo particular de la unidad: revisar la trascendencia de la creación de la imagen corporativa para las organizaciones.

4.1 Etapas y fases del proceso de una imagen corporativa.

- 4.2 Identidad de la organización (misión, visión, valores, filosofía, imagen, logotipos y marcas).
- 4.3 Diseño y comunicación corporativa.
- 4.4 Replanteamiento de la imagen corporativa.
- 4.5 Evaluación y producto de la imagen.
- 4.6 La comunicación y la imagen corporativa en las organizaciones.
- 4.7 El cambio de la cultura corporativa en las **relaciones** públicas.

### **Unidad 5: Tipos de protocolos e imagen personal en las Relaciones Públicas.**

Objetivo particular de la unidad: señalar las características de los tipos de protocolo e imagen en las **relaciones** públicas.

#### 5.1 Protocolo de eventos académicos:

- 5.1.1 Protocolo de rueda de prensa.
- 5.1.2 Protocolo de banquetes y eventos sociales.
- 5.1.3 Protocolo de maestros de ceremonias y Edecanes.
- 5.1.4 Protocolo militar.
- 5.1.5 Protocolo político.
- 5.1.6 Protocolo del color e imagen personal.

#### 5.2 Importancia de la Imagen personal y liderazgo.

#### 5.3 Crear una Imagen personal de éxito.

#### 5.4 Como planear, organizar y evaluar un evento de **relaciones** públicas.

### 16. Actividades Prácticas

Charlas de especialistas, análisis de casos y lecturas especializadas, dinámicas.

### 17.- Metodología

Búsqueda de información por internet en los casos de empresas de prestigio. Se deberá dar lectura a las unidades de estudio para la elaboración de ensayos o síntesis para su presentación.

Dinámicas de reforzamiento después del término de cada unidad de estudio  
Proporcionar al alumno de bibliografías básicas y complementarias para su estudio.

Formar grupos de opiniones y evaluación de cada unidad presentada.

### 18.- Evaluación

Asistencia y participación	10%
Dinámicas y presentaciones	30%
Tareas	30%
Proyecto final	30%

**NOTA: LA PONDERACIÓN DE ESTOS CRITERIOS QUEDARA A CRITERIO DE CADA MAESTRO QUE IMPARTE LA MATERIA AL INICIO DE CADA CICLO ESCOLAR.**

Para cumplir con el artículo 52 del Reglamento General de Evaluación y Promoción de los Alumnos de la Universidad de Guadalajara, para obtener el derecho de acreditar la materia, deberán obtener un 80% de asistencias para el periodo ordinario y para el extraordinario el 60% de asistencias.

### 19.- Bibliografía

Libros / Revistas Libro: Las **relaciones** públicas profesión & práctica  
Lattimore, Dan (2008) McGraw-Hill No. Ed 2°

ISBN: 978-970-10-6670-6

Libro: Las claves de la publicidad  
García Veeda, Mariola (2001) ESIC No. Ed 5°

ISBN: 84-738-6-292-5

Libro: Los públicos en las **relaciones** Públicas  
Míguez González, María Isab (2010) UOC No. Ed 1°

ISBN: 978-84-9788-106-7

Libro: Imagen Corporativa Influencia en la gestión empresarial  
Sánchez Herrera, Joaquín /Pi (2014) ESIC No. Ed 2°

ISBN: 978-84-7356-897-5

Libro: Tu marca Personal  
Rampersod, Hubert (2009) LID No. Ed 1°

ISBN: 9788-483561270

#### Otros materiales

:  
Descripción:

#### 20.- Perfil del profesor

El perfil de los docentes es licenciatura en cualquier disciplina de las ciencias de la comunicación, o bien, en alguna de las disciplinas de las ciencias administrativas con grado de maestría en comunicación o **relaciones** públicas, contar experiencia laboral y docente en medios de comunicación, **relaciones** públicas, imagen o protocolo.

#### 21.- Nombre de los profesores que imparten la materia

Código:

Cordero Martín Adriana  
Código: 9309071

Padilla Ojeda Alfonso Miguel  
Código: 9009434

#### 22.- Lugar y fecha de su aprobación

Zapopan, Jalisco, 11 de octubre 2016.

#### 23.- Instancias que aprobaron el programa

Firmas de los profesores que participaron y aprobaron el programa, así como del Colegio Departamental que lo avala.

#### 24.- Archivo (Documento Firmado)

[Relaciones Publicas CU 190.pdf](#)

Imprimir 

[Regresar...](#)