

S. E. P.

S. E. I. T.

DIRECCION GENERAL DE INSTITUTOS TECNOLOGICOS

1. IDENTIFICACION DEL PROGRAMA DESARROLLADO POR UNIDADES DE APRENDIZAJE

NOMBRE DE LA ASIGNATURA: RELACIONES PUBLICAS (3-2-8)

NIVEL: LICENCIATURA

CARRERA: LICENCIATURA EN ADMINISTRACION

CLAVE: ADM9330

2. HISTORIA DEL PROGRAMA

LUGAR Y FECHA DE ELABORACION O REVISION	PARTICIPANTES	OBSERVACIONES (CAMBIOS Y JUSTIFICACION)
16 al 20 de NOV. DE 1992 México D.F.	Comité Nacional de Racionalización de las Carreras del Area Económico Administrativa.	Primera Reunión Nacional de Racionalización de Carreras de los I.T.
12 al 15 de Enero de 1993. México D.F.	Comité Nacional de Racionalización de las Carreras del Area Económico-Administrativa.	Segunda Reunión Nacional de Racionalización de Carreras de los I.T.
Marzo de 1993 Veracruz, Ver.	Reunión Nacional de Academias de los Institutos Tecnológicos.	Análisis del contenido sintético y elaboración de propuestas.
Marzo - Abril en los Institutos Tecnológicos.	Académias de los Institutos Tecnológicos.	Análisis de las propuestas de Veracruz, validación o elaboración de nuevas propuestas.
Mayo de 1993 Oaxaca, Oax.	Comité de Reforma	Análisis de las propuestas y enriquecimiento del programa.

3. UBICACION DE LA ASIGNATURA

a) RELACION CON OTRAS ASIGNATURAS DEL PLAN DE ESTUDIO

A N T E R I O R E S	
ASIGNATURAS	TEMAS
Mercadotecnia I	Publicidad, medios publicitarios.
Comunicación Administrativa.	Proceso de comunicación, formas, medios, etc.
Recurso Humanos I	Todo el programa.
Recursos Humanos II	Todo el programa.

P O S T E R I O R E S	
ASIGNATURAS	TEMAS

b) RELACION CON EL DESEMPEÑO PROFESIONAL (PERFIL DEL EGRESADO)

Esta asignatura contribuye al logro de los siguientes puntos del perfil :

- Habilidad para conciliar conflictos interpersonales y grupales.
- Vincular a la empresa con su entorno.
- Establecer canales de comunicación adecuados.

4. OBJETIVO(S) GENERAL(ES) DEL CURSO

Elaborar un programa de Relaciones Públicas que logre la óptima relación de la organización con su entorno.

5. TEMARIO.

NUM.	TEMAS	SUBTEMAS
I	Naturaleza e Importancia de las Relaciones Públicas.	1.1 Desarrollo histórico. 1.2 Conceptos y definiciones. 1.3 Diferencias y vínculos con otras áreas. 1.4 Las Relaciones Públicas como función integral de la organización. 1.5 Clasificación de las Relaciones Públicas.
II	Relaciones Públicas Internas.	2.1 Consideraciones básicas. 2.2 Análisis de la situación. 2.3 Formas y medios de comunicación interna. 2.4 Vínculos entre las funciones de Relaciones Públicas y Admón. de Rec. Humanos.
III	Relaciones Públicas Externas.	3.1 Relaciones con los accionistas, inversionistas e instituciones financieras. 3.2 Relaciones con clientes. 3.3 Relaciones con productores. 3.4 Relaciones con el gobierno. 3.5 Relaciones con medios masivos de comunicación. 3.6 Relaciones con el exterior.
IV	Los Públicos de las Relaciones Públicas.	4.1 Los públicos y su significados. 4.2 Opinión pública. 4.3 Influencia de grupo en opinión individual. 4.4 Propaganda, publicidad y persuasión. 4.5 Los públicos y las relaciones públicas análisis y clasificación. 4.6 Métodos de sondeo.
V	Las Herramientas de las Relaciones Públicas, su manejo práctico.	5.1 Medios masivos de comunicación. 5.2 Medios audiovisuales. 5.3 Publicaciones. 5.4 Exposiciones. 5.5 Proceso Impreso. 5.6 Patrocinio.
VI	Las Relaciones Públicas y la Imagen Corporativa.	6.1 Importancia de la imagen corporativa. 6.2 Elementos que componen la imagen corporativa
VII	El manejo de las Relaciones Públicas Internacionales.	7.1 Importancia de las relaciones publicas internacionales. 7.2 Las relaciones públicas con los gobiernos. 7.2.1 Las camaras industriales y de comercio internacional y/o binacionales. 7.3 Organismos de comercio exterior.
VIII	Diseño de un Plan de Relaciones Públicas	8.1 Importancia del plan actual. 8.2 Elementos que componen el plan anual en relaciones públicas. 8.3 Realización de un plan integral de relaciones publicas para una

6. APRENDIZAJES REQUERIDOS

Tener conocimientos de:

- Liderazgo.
- Ambiente de trabajo.
- Dinámica Social.
- Metodología de la Investigación.
- Proceso de comunicación.
- Teorías conceptuales.
- Organismo de apoyo (nacional e internacional).
- Ecología.
- Medios Publicitarios.
- Técnicas de planeación.
- Salarios.
- Costos.

7. SUGERENCIAS DIDACTICAS (*)

Relacionar los contenidos de ésta asignatura con los contenidos de otras asignaturas del plan de estudio, así como explicar su contribución al logro del objetivo y perfil de la licenciatura.

- Realizar investigación documental y de campo, y presentar los resultados de las investigaciones en forma oral y escrita, poniendo énfasis en las conclusiones.
- Elaborar ensayos sobre algunos temas de la asignatura.
- Hacer dinámicas de grupo, para obtener conclusiones de las investigaciones realizadas.
- Exposición de clase por equipos de alumnos sobre un tema en particular
- Fomentar el trabajo en equipo.
- Fomentar el uso de la biblioteca.
- Invitar a egresados de la institución y otros, a dar conferencias sobre los diversos temas de ésta asignatura.
- Fomentar el uso de la computadora, como herramienta que optimiza el tiempo en el proceso de investigación.
- Solucionar casos prácticos relacionados con la asignatura.
- Realizar mesas redondas para discutir los diferentes conceptos que se manejan en la asignatura.
- Proporcionar ejemplos donde se haga evidente la aplicación de los contenidos del programa, y solicitar trabajos en los cuales se apliquen estos conocimientos.
- Fomentar la asistencia del alumno a conferencias, seminarios, simposiums, etc.
- Coordinarse con los profesores de otras asignaturas, para completar actividades donde se apliquen los conocimientos de esta materia.
- Realizar visitas a las diferentes empresas del entorno con la finalidad de que se comprenda en un mayor grado la importancia de los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos en ésta asignatura.
- Vincular con la realidad los temas de la asignatura.

- Realizar talleres de resolución de casos donde los alumnos hagan el planteamiento de problemas y de soluciones.
- Presentar material audiovisual afín a la asignatura.
- Realizar estudios de casos.
- Fomentar el espíritu emprendedor y reconocer la calidad de los trabajos presentados.

8. SUGERENCIAS DE EVALUACION (*)

El docente deberá considerar la evaluación, no solo como un medio de medir el aprendizaje, sino como un indicador para enriquecer el proceso enseñanza-aprendizaje

Además de los exámenes tradicionales se recomienda se tomen en cuenta:

- Participación en clase.
- Participación en los talleres.
- Tomar en consideración la presentación y calidad de ensayos, informes de investigación y trabajos relacionados con la asignatura.
- Considerar la participación en clase y en las dinámicas grupales.
- Resolución de casos prácticos.
- Considerar el uso del software en la presentación de trabajos.
- Conclusiones y resúmenes de los estudios de casos.

9. UNIDADES DE APRENDIZAJE

NUMERO DE UNIDAD I

NOMBRE DE LA UNIDAD: NATURALEZA E IMPORTANCIA DE LAS RELACIONES PUBLICAS

OBJETIVO EDUCACIONAL	ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE	BIBLIOGRAFIA
El alumno comprenderá la importancia de las Relaciones Públicas.	1.1 Explicar el origen de las Relaciones Públicas.	1
	1.2 Diferenciar las Relaciones Públicas de otras áreas o disciplinas.	2
	1.3 Que es un público.	3
	1.4 Que es la opinión pública y su importancia para la imagen de la empresa.	4
	1.5 Diferenciar entre publicidad promocional, institucional, subliminal, etc.	

NUMERO DE UNIDAD II

NOMBRE DE LA UNIDAD: LAS RELACIONES PUBLICAS INTERNAS

OBJETIVO EDUCACIONAL	ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE	BIBLIOGRAFIA
Explicará como se deben manejar las relaciones públicas internas de una empresa, así como la importancia de mantener unas buenas relaciones.	2.1 Sondar la situación de la imagen de una empresa de ante su público interno.	1
	2.2 Conocer y utilizar las formas adecuadas de comunicación con el público interno de la empresa.	2
	2.3 Coordinar la labor del departamento de relaciones públicas con los demás departamentos de la empresa como son: Recursos Humanos y Mercadotecnia. Por medio de casos prácticos.	3
	2.4 Resolver casos prácticos relacionados con las Relaciones Públicas internas. Prácticas de empresas reales o ficticias.	4

NUMERO DE UNIDAD III

NOMBRE DE LA UNIDAD: RELACIONES PUBLICAS EXTERNAS

OBJETIVO EDUCACIONAL	ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE	BIBLIOGRAFIA
El alumno conocerá y aplicará la forma de manejar las Relaciones -- Públicas externas de la organización.	3.1 Identificar los públicos externos de la empresa.	1
	3.2 Manejar las relaciones públicas con: accionistas, inversionistas, proveedores, acreedores, mercado, comunidad, etc.	2
	3.3 Conocer y elegir los medios de comunicación adecuados y efectivos para con los públicos externos de la empresa.	3

	3.4 Resolver casos practicos sobre relaciones públicas externas de una empresa real o ficticia.	4
--	---	---

NUMERO DE UNIDAD IV

NOMBRE DE LA UNIDAD: LOS PUBLICOS Y LAS RELACIONES PUBLICAS

OBJETIVO EDUCACIONAL	ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE	BIBLIOGRAFIA	
El alumno identificará los diferentes públicos de la empresa, así como diferenciará los términos de propaganda, publicidad y persuasión.	4.1 Identificar los diferentes públicos de la empresa mediante investigaciones de campo dirigidas por el maestro.	1	
	4.2 Determinar la imagen de la empresa mediante sondeos de opinión pública. (de una empresa de la localidad)	2	
	4.3 Utilizar propaganda, publicidad y persuasión en una organización de un evento de una empresa real o ficticia.		3
			4

NUMERO DE UNIDAD V

NOMBRE DE LA UNIDAD: LAS HERRAMIENTAS DE LAS RELACIONES PUBLICAS, SU MANEJO PRACTICO

OBJETIVO EDUCACIONAL	ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE	BIBLIOGRAFIA
Conocer las diferentes - formas de comunicación - adecuados para cada uno de los públicos de la empresa y elegir las más idóneas en función de costo, alcance, efectividad. por medio de la práctica.	5.1 Distinguir, conocer los medios masivos de comunicación y su forma de operar. por medio de visitas organizadas.	1
	5.2 Conocer y utilizar medios audiovisuales para una mejor comunicación.	2
	5.3 Conocer las diferentes publicaciones que sean de utilidad para el programa de relaciones públicas.	3
	5.4 Organizar eventos reales como medio de relaciones públicas	4

NUMERO DE UNIDAD VI

NOMBRE DE LA UNIDAD: LAS RELACIONES PUBLICAS Y LA IMAGEN CORPORATIVA.

OBJETIVO EDUCACIONAL	ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE	BIBLIOGRAFIA
Conocerá y aplicará las relaciones públicas en la generación de la imagen corporativa.	6.1 Investigar diferentes manuales de relaciones publicas y su relacion con la imagen corporativa.	
	6.2 Diseñar el manual de procedimientos de imagen corporativa.	

NUMERO DE UNIDAD VII

NOMBRE DE LA UNIDAD: EL MANEJO DE LAS RELACIONES PUBLICAS INTERNACIONALES.

OBJETIVO EDUCACIONAL	ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE	BIBLIOGRAFIA
Conocerá la importancia de las relaciones publicas a nivel internacional.	7.1 Investigar los organismos de comercio exterior los distintos publicos de las relaciones publicas internacionales.	
	7.2 Investigar las distintas compras internacionales de comercio exterior y su interrelación.	

NUMERO DE UNIDAD VIII

NOMBRE DE LA UNIDAD: DISEÑO DE UN PLAN DE RELACIONES PUBLICAS

OBJETIVO EDUCACIONAL	ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE	BIBLIOGRAFIA

Describir los elementos necesarios que deben incluirse en el diseño de un plan de relaciones públicas para una organización.	8.1	Importancia que tiene la planeación de las relaciones públicas en las organizaciones.	1
	8.2	Describir los elementos de la planeación de relaciones públicas	
	8.3	Identificar que investigar como primer elemento para el diseño del plan.	
	8.4	Determinar los públicos internos y externos	2
	8.5	Elaborar programas generales y específicos de públicos	
	8.6	Determinar el presupuesto de relaciones públicas.	

BIBLIOGRAFIA BASICA Y COMPLEMENTARIA

- 1.- FRANK JEFKINS
RELACIONES PUBLICAS PARA DIRECCION DE EMPRESA.
E.D.A.F.
2. FRAIZER-MORE-BERFRAND
R. CONFIELD
RELACIONES PUBLICAS
(PRINCIPIOS-CASOS-PROBLEMAS).
3. JORGE RIOS SZALAY.
RELACIONES PUBLICAS
TRILLAS.
4. JOHN E. MARTON
RELACIONES PUBLICAS
MC. GRAW HILL.

11.- En este punto la Academia correspondiente deberá elaborar las guías de prácticas en base a la metodología oficial emitida por la Subdirección de Docencia (D.G.I.T.) para tal efecto.