

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA REMINGTON**MEDIOS Y MEDIACIONES INSTITUCIONALES****Currículo de asignatura**

Programa:	Técnico Profesional en Turismo
Materia:	Relaciones Públicas
Nivel:	4
Créditos:	2

JUSTIFICACIÓN

Las Relaciones Públicas son todas aquellas actividades y situaciones que nos llevan a crear y mantener el interés y el respaldo del público, en todas aquellas actividades que realice la empresa y/o institución; buscando tener una opinión favorable.

La época actual se caracteriza, entre otros, por la necesidad de contar con profesionales actualizados y confiables, que sean capaces de adaptarse a los diferentes cambios, proponer soluciones a las dificultades que se presentan y ser dinámicos y propositivos a la hora de presentar estrategias que ayuden a mejorar la imagen y posicionamiento de la empresa; que permitan enfrentarse a nuevos retos y y que puedan tener participación en la toma de decisiones que se requieren en un mundo altamente competitivo. De esta manera, quienes dispongan de estas competencias cuentan con ventajas comparativas frente a los demás.

Con lo anterior, se pretende que la asignatura haga parte de un aprendizaje integral de nuestros estudiantes, de manera, que puedan familiarizarse en el ámbito laboral en temas tales como: qué son y como se manejan las Relaciones Públicas, los tipos de clientes con los que se enfrentan cada día y ser propositivos a la hora de solucionar dificultades tanto internas como externas; además de conocer aspectos básicos de Etiqueta y Protocolo para aplicar en su vida personal y laboral; brindándoles las pautas necesarias para que puedan responder a las exigencias actuales del mercado.



CORPORACIÓN UNIVERSITARIA REMINGTON

MEDIOS Y MEDIACIONES INSTITUCIONALES

Currículo de asignatura

OBJETIVO GENERAL

Dar a conocer a los estudiantes los principios básicos de las Relaciones Públicas a nivel empresarial y su aplicación a la vida diaria.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

Brindar las bases para un buen manejo del autoconcepto y la autoimagen como principios básicos de las buenas relaciones públicas.

Dar pautas para la realización de negociaciones con posibilidades de éxito.

Ubicar al estudiante en lo que es la actividad turística y su comercialización.

COMPETENCIAS

Al terminar el curso de Relaciones Públicas, Etiqueta y Protocolo, el estudiante estará en capacidad de presentar soluciones a los problemas internos y externos de la empresa, aplicar la etiqueta y protocolo para desenvolverse en el contexto laboral y personal, diferenciar como se manejan las relaciones públicas en los diferentes empresas del sector turístico; poniendo en práctica los conocimientos adquiridos en clase.

El alumno también estará en capacidad de presentar propuestas para ganar y fidelizar clientes, organizar eventos, conocer los momentos de verdad que se presentan en la organización donde se encuentre realizando sus prácticas y/o trabajando.

CONTENIDO

1. RELACIONES PÚBLICAS: Qué son, para qué sirven y su aplicación.
2. RELACIONES PÚBLICAS EN EMPRESAS DE SERVICIOS: Hoteles, Agencias de viajes, Operadores de Congresos, Guías.

Corporación Universitaria Remington - Calle 51 51-27 Conmutador 5111000 Ext. 2701 Fax: 5137892. Edificio Remington

Página Web: www.remington.edu.co - Medellín - Colombia



CORPORACIÓN UNIVERSITARIA REMINGTON

MEDIOS Y MEDIACIONES INSTITUCIONALES

Currículo de asignatura

3. CLASES PRÁCTICAS: Entrevistas, Etiqueta y Protocolo en la Negociación.
4. RELACIONES PÚBLICAS EN LAS DISTINTAS EMPRESAS: Enfoque en la comunicación, etiqueta y protocolo a nivel empresarial.
5. RELACIONES PÚBLICAS EN LAS VENTAS: Proceso de venta, métodos para conseguir clientes.
6. COMO VENDER UNA IMAGEN A NIVEL PERSONAL Y EMPRESARIAL

METODOLOGÍA

Los medios: El individuo, el docente y los materiales educativos, propios para una educación a distancia como lo es este tipo de formación tecnológica

- Textos: que se encuentran bien definidos en la bibliografía sugerida por el curso y algunos textos que serán elaborados por los docentes de cada curso.
- Videos: con base en el material escrito (módulo), el autor graba un video de dos horas en el cual expone los conceptos básicos de la temática y realiza, según su naturaleza algunos ejercicios que den claridad a los temas y orientación al estudiante.
- Audio: Se usara para complementar el proceso la grabación de un CD por asignatura, también basado en el texto, con sus orientaciones básicas, con el animo de colaborar con aquel estudiante que no tiene acceso al video, por su ubicación geográfica (se da el caso de estudiantes en fincas y veredas), pero que si pueden contar con una grabadora.
- Enlaces Bibliográficos: En los módulos normalmente aparecen varios nombres de textos, con sus correspondientes autores, mediante los cuales se puede complementar la información.
- Guías de curso: Cada profesor diseña el plan de la signatura, mediante el cual se articulan las temáticas y los tiempos, de tal forma que se de respuesta al proceso de formación con base en créditos académicos.



CORPORACIÓN UNIVERSITARIA REMINGTON

MEDIOS Y MEDIACIONES INSTITUCIONALES

Currículo de asignatura

- **Tecnológicos:** Las nuevas tecnologías de la información y comunicación son de vital importancia en este proceso y para ello se cuenta con equipos modernos como Video Been, una plataforma virtual, cuyo propósito principal es servir de herramientas con servicios como foros, comunicaciones grupales, comunicaciones individuales, módulos, al servicio de los estudiantes, son sus correspondientes actividades y ejercicios. Televisores para los correspondientes videos, en los encuentros presenciales. Salas de computador, para las comunicaciones permanentes entre tutores y estudiantes, teléfonos a disposición de tutores siendo este un medio muy interesante en la actualidad, dada la cantidad de celulares en uso a nivel nacional.

Las mediaciones:

Las mediaciones establecidas en La Corporación Universitaria Remington, para el desarrollo de los proceso de aprendizaje a distancia son las siguientes

- **Tutoría Presencial:** Es la mediación mas importante en el proceso dadas varias razones entre ellas los significativo que esta es para los alumnos y profesores sin pretender conservar la naturaleza de programa presencial ni semiescolarizado, dado que los tiempos de todas maneras se reducen comparativamente.
- **Tutoría Virtual:** Esta mediación articula medios como el computador y la plataforma, de tal manera que esta herramienta sea funcional y efectiva. Para la aplicación de esta mediación se pone a disposición de los tutores las salas de cómputo para su comunicación en estudiantes, orientando y controlando la dirección académica y administrativa de la escuela de educación a distancia.
- **Tutoría Telefónica:** Para la aplicación de esta mediación se cuenta con varias líneas, que normalmente atienden servicios al cliente, y en las cuales pueden funcionar los tutores con la debida orientación y control de las direcciones.
- **Tutoría Epistolar:** Tiene como finalidad sistematizar y darle la relevancia que se merece en una metodología de estas la elaboración, revisión y retroalimentación de trabajos escritos. Para ello se motiva y exige al docente la revisión a tiempo de los productos y la información oportuna para las correspondientes correcciones.



CORPORACIÓN UNIVERSITARIA REMINGTON

MEDIOS Y MEDIACIONES INSTITUCIONALES

Currículo de asignatura

Teniendo en cuenta la combinación de modalidades metodológicas dentro de nuestro Modelo de Educación a Distancia, el estudiante podrá contar, para adelantar su proceso de aprendizaje, con los siguientes elementos, como medios para acceder a la información: El Software, el Video, el Audio y el CD Room, Materiales escritos y diferentes Canales Regionales y Nacionales de Televisión, Teléfono, Fax, E-mail, utilización de Chat (canal de charla utilizando Internet on-line), Radio, Video, Audio, entre otros.

Créditos Académicos	TUTORIA PRESENCIAL	TUTORIA VIRTUAL	TUTORIA EPISTOLAR	TUTORIA TELEFONICA	TUTORIA INDEPENDIENTE	TOTAL HORAS
2	4	6	10	3	73	96

EVALUACION

30% Seguimiento
40% 2 Parciales
20% Final
10% Coevaluación

BIBLIOGRAFÍA

MOLLEDA, Juan Carlos. Analogía de las corrientes de RR PP en las Américas. Revista Anagrama. No.1-2002. Medellín, Colombia

MERCADO, Salvador. *Relaciones Públicas Aplicadas. Un camino hacia la productividad*. Thomson Learning. México. 2001.

WILCOX, Dennis L. y otros. *Relaciones Públicas, estrategias y tácticas*. Madrid. Editorial. Ed. Addison Wesley para Pearson Education. 6ª. Edición. 2001

BAQUERO, José Daniel. *Casos Prácticos de Relaciones públicas*. Barcelona. Ed. Gestión 2000 S.A. 2.000.

