

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA REMINGTON – CURRÍCULO DE ASIGNATURA

1. VISIÓN GENERAL

1.1 DATOS GENERALES

Programa: **Asignatura Transversal – Centro de Formación Humana.**

Asignatura: **Relaciones Públicas.**

Semestre o nivel	No. de créditos	Horas presenciales	Horas independientes	Total horas
04	2	20	76	96

1.2 INTRODUCCIÓN

Las relaciones públicas son una parte de la administración y el liderazgo, esto es de suma importancia ya que ayuda al éxito de cualquier organización. La época actual se caracteriza, entre otros, por las necesidades de contar con profesionales actualizados, confiables, que sean capaces de adaptarse a los diferentes cambios, proponer soluciones a las dificultades que se presenten, 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 que puedan tener participación en la toma de decisiones que se requiere en un mundo altamente competitivo. De esta manera, quienes dispongan de estas competencias cuentan con ventajas comparativas frente a los demás.

1.3 IMPORTANCIA

La importancia de las relaciones públicas radica en que a nuestra compleja sociedad le ayuda en la toma de decisiones, a armonizar entre los diferentes actores de un proceso y las políticas públicas, están se deben mantener en forma en todas las ocasiones, en todo momento, y en todo lugar, pues, dependerá de dicho manejo el éxito en la obtención de muchos más clientes. Lo que hoy parece ser lo mejor, mañana será obsoleto. Por lo tanto una estrategia de servicio debe responder a los cambios que puedan surgir en el transcurso del tiempo. Hay que buscar estrategias eficientes que sean capaces de atraer, conservar y dejar satisfechos a nuestros clientes. De esta manera la empresa asegura su éxito.

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA REMINGTON – CURRÍCULO DE ASIGNATURA**1.4 COMPETENCIAS (de egreso)**

- Permite que se establezcan relaciones mutuamente beneficiosas entre una organización y los diferentes públicos de los cuales dependerá su éxito o fracaso.
- Aporta a la organización o a la vida práctica las habilidades que un profesional de las relaciones públicas tiene.
- Permite que cumpla con la misión corporativa
- Puede participar en la gestión y establecimiento de políticas corporativas
- Aconseja sobre la comunicación con los públicos y sobre la de estos, internos y externos con la organización
- Identifica y describe el proceso operativo de las relaciones públicas
- Sirve a los intereses comunes para resolver los conflictos entre el interés público y el privado



CORPORACIÓN UNIVERSITARIA REMINGTON – CURRÍCULO DE ASIGNATURA

1.5 OBJETIVOS

1.5.1 OBJETIVO GENERAL

- Conocer los principios básicos de las relaciones públicas a nivel empresarial y su aplicación en la vida diaria.

1.5.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Conocer los antecedentes históricos de las relaciones públicas.
- Formular una definición de relaciones públicas que enfatice en construir y mantener relaciones entre organizaciones y sus públicos describiendo las funciones principales desempeñadas por los profesionales en relaciones públicas.
- Distinguir entre relaciones públicas y marketing en las organizaciones.
- Destacar las tareas de la comunicación en las relaciones públicas.

1.6 REQUISITOS (de ingreso)

- Habilidades de lenguaje oral y corporal.
- Buen manejo de protocolo y etiqueta.
- Tener un buen bagaje cultural.
- Tener redacción y ortografía.
- Conocer los principios básicos de la administración.
- Tener habilidades creativas.
- Manejo de relaciones interpersonales.



CORPORACIÓN UNIVERSITARIA REMINGTON – CURRÍCULO DE ASIGNATURA

1.7 ESQUEMA

Área		Nivel de Formación		Objetivos			
Global	Específica			General		Específicos	
Administración	Administración de personal		Perceptual	X	Conocer	x	Conocer
					Describir	X	Describir
			Aprehensivo		Comparar	X	Distinguir
					Analizar		Analizar
			Comprensivo		Explicar		Explicar
					Predecir		Predecir
					Proponer	X	Formular
			Integrativo		Modificar		Modificar
					Utilizar	X	Destacar
					Evaluar		Evaluar
Indicadores Metodológicos							
Propósito de Formación		X	Fundamentación conceptual				
			Fundamentación procedimental				
		X	Aplicación en el saber específico				
Competencias a Desarrollar			Interpretativas				
		X	Argumentativas				
		X	Propositivas				
Uso del Conocimiento		X	Capacidad para representar				
			Capacidad para reconocer equivalencias				
			Capacidad para recordar objetos y sus propiedades				
Uso de Procedimientos			Habilidad y destreza para usar equipos				
		x	Habilidad y destreza para usar procedimientos de rutina				
		X	Habilidad y destreza para usar procedimientos complejos				

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA REMINGTON – CURRÍCULO DE ASIGNATURA**2 UNIDADES****2.1 UNIDAD 1 HISTORIA DE LAS RELACIONES PUBLICAS**

- **Tema 1 historia de las relaciones públicas.**

El estudio de la evolución de las relaciones públicas proporciona nuevas perspectivas sobre sus funciones, sus puntos fuertes y sus puntos débiles. Muchos profesionales no conocen los antecedentes históricos de la profesión y por lo tanto no comprenden claramente cuál es la función y la finalidad de esta profesión

- **Tema 2 Pioneros de las relaciones públicas**

Este tema nos lleva a conocer las ideas de estos pioneros y que todavía aun influyen en nuestro que hacer dentro de las organizaciones, ya que gracias a ellos debemos que se hayan creado nuevos conocimientos, enfoques y formas nuevas de administrar, además que se le dio un valor más grande al convertirla en una profesión de prestigio a nivel mundial y reconocida en todos los ámbitos.

2.2 UNIDAD 2 QUE SON LAS RELACIONES PUBLICAS

- **Tema 1 Definición**

Cuando conocemos una definición clara sobre este tema, nos enfoca hacia el papel que vamos a jugar dentro de la organización, el fin y los modelos a seguir y un sin número de características que nos servirán para aplicarlas dentro de una empresa.

- **Tema 2 Características de un relacionista público**

Identificar plenamente las cualidades, habilidades que debe tener las personas que se dedican a esta profesión, nos lleva a reflexionar sobre nosotros mismos y nos permite también identificar a las personas que pueden desempeñarse en estos cargos.

- **Tema 3 Que es un consejero de relaciones públicas y cuáles son sus funciones**

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 – CURRÍCULO DE ASIGNATURA

El consejero es la persona que está dedicada a observar todo tipo de cosas que sucede en la empresa y su fin último es lograr que haya un entorno agradable, donde se solucionen, tanto los problemas internos como los externos, para satisfacer las necesidades de nuestros clientes y de nuestros empleados.

2.3 UNIDAD 3 LAS RELACIONES PÚBLICAS Y EL MARKETING

- **Tema 1 El papel de las relaciones públicas y el marketing**

El marketing y las relaciones públicas están muy unidas en el mundo comercial, sin embargo no podemos confundirlas ya que el relacionista público trata de solucionar los problemas de una forma más humana y con sentido social, el marketing está más relacionado a todo lo que tiene que ver productos y servicios, simplemente satisfaciendo una necesidad.

- **Tema 2 el marketing y las relaciones públicas en el sector de la hostelería y el turismo**

El ámbito de la hostelería y el turismo es uno de los que más requiere de las competencia de los profesionales de las relaciones públicas, ya que son los encargados de ofrecer servicios satisfacer y crear necesidades a una población, lo cual tiene grandes repercusiones cuando se logra el éxito a través de un personaje como es el relacionista público que está dedicado a cada detalle para lograr la fidelidad del cliente.

2.4. UNIDAD 4 LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y LAS RELACIONES PÚBLICAS

- **Tema 1 Por qué son importantes los medios de comunicación**

Desde los orígenes de la humanidad la comunicación ha sido la base fundamental para el desarrollo de la humanidad y esto implica que las relaciones públicas tengan su base en las comunicaciones, las cuales permiten una mejor relación.

- **Tema 2 canales de comunicación**

Este tema nos lleva a conocer y reconocer los diversos medios de comunicación que existen y a través de esto podemos cuantificar cuales son

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA REMINGTON – CURRÍCULO DE ASIGNATURA

los más efectivos o convenientes para las organizaciones. El hecho de hacer un recorrido por cada uno de ellos nos permite actualizarnos y darle la importancia que se merecen de acuerdo a las necesidades.

- **Tema 3 medios de comunicación para públicos internos**

Los medios de comunicación utilizados para los públicos internos son fundamentales, ya que así conseguimos un excelente clima laboral, un sentido de pertenencia y además que permitamos el escuchar y ser escuchados, enviar información y retroalimentarse con lo mismo.

3 RESUMEN

3.1 RELACIÓN CON OTROS TEMAS

Establece una relación cercana con todas las ciencias sociales, las ciencias políticas, la comunicación, la sociología, la psicología, el mercadeo, los publicistas, los medios de comunicación, los administradores de empresas, la ética, el turismo, entre otros.

3.2 FUENTES

3.2.1 Fuentes Bibliográficas

- Barquero Cabrera, José Daniel. Comunicación y relaciones Públicas. De los orígenes al nuevo enfoque de Planificación estratégica. Mc Graw Hill. España. 2002
- Canilli, Claudia. Curso de Relaciones Públicas. Editorial Vecchi S.A. Barcelona. 1993.
- Cateora, Philip. Marketing Internacional. 8 edición, Mac Graw Hill. México 1995
- Cutlip, Scott M. y Center, Allen H. Relaciones Públicas Eficaces. Ediciones Gestión 2000, S.A. Barcelona 2001.



CORPORACIÓN UNIVERSITARIA REMINGTON – CURRÍCULO DE ASIGNATURA

- Fernández Collado, Carlos. La Comunicación Humana. Ciencia Social. Mc Graw Hill. México. 1998.
- Kotler, Philip y otros. Marketing para Turismo. Pearson, Prentice Hall. Tercera edición. Madrid 2004.
- Lattimore, Dan y otros. Relaciones Públicas. Profesión y práctica. Mc Graw Hil. Segunda edición, México. 2008.
- López, Alejandro y otros. Psicología de la Comunicación. Alfa Omega. Cuarta edición. Ediciones Universidad de Chile. 1999.
- Robinson, Edward j. Comunicación y Relaciones Públicas. Compañía Editorial Continental S.A. México 1971
- Schiffman, León G. Comportamiento del Consumidor. Prentice Hall. Tercera edición. México. 1991.
- Schnarch K. Alejandro. Nuevo Producto. Creatividad, innovación y marketing. Mc Graw Hill. Colombia. Segunda edición. 1996.
- Vassos, Tom. Traducido por Blanco, Jorge Luis. Estrategias de Mercadotecnia e Internet. Prentice Hall hispanoamericana S.A. México. 1996
- Wragg, David. Relaciones Públicas para mercadeo y ventas. Fondo Editorial Legis. Bogotá. 1992.

3.2.2 Fuentes Digitales o Electrónicas

- <http://www.rppnet.com.ar/manifiestoderrppymkt.htm>
- (<http://www.rppnet.com.ar/defrrpp.htm>)



CORPORACIÓN UNIVERSITARIA REMINGTON – CURRÍCULO DE ASIGNATURA**4 METODOLOGÍA****4.1 PRESENCIAL**

Las estrategias didácticas para el desarrollo de esta asignatura son:

1. Foros de discusión de casos de problemas
2. Investigación de campo en hoteles, restaurantes, organizaciones.
3. Uso de las nuevas tecnologías de la información para la consulta y para conocer estos medios de comunicación como se pueden aplicar
4. Lecturas dirigidas
5. Discusión en grupos
6. Lluvia de ideas
7. Trabajos en grupo
8. Búsqueda documental
9. Buscadores y motores, portales.

4.2 DISTANCIA**Los medios**

Textos: que se encuentran bien definidos en la bibliografía sugerida por el curso y algunos módulos que serán elaborados por los docentes de cada curso.

Enlaces Bibliográficos: En los módulos normalmente aparecen varios nombres de textos, con sus correspondientes autores, mediante los cuales se puede complementar la información. Adicionalmente existen unas referencias bibliográficas extraídas de internet.

Guías de actividades: Cada profesor diseña el plan de la signatura, mediante el cual se articulan las temáticas y los tiempos, de tal forma que se dé respuesta al proceso de formación con base en créditos académicos.

Tecnológicos: se utilizan los recursos audiovisuales que posea el Centro de Atención Tutorial para ver información en video, audio o virtual.



CORPORACIÓN UNIVERSITARIA REMINGTON – CURRÍCULO DE ASIGNATURA

Salas de computador: de acuerdo a la asignatura.

Las mediaciones

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

Tutoría Presencial: Es la mediación más importante en el proceso dadas varias razones entre ellas lo significativos que esta es para los alumnos y profesores sin pretender conservar la naturaleza de programa presencial ni semi-escolarizado, 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. Este tipo de tutoría será puntual y pactada entre estudiantes y tutor, dado que nuestra modalidad es a distancia y no virtual, esto será solo una herramienta de apoyo.

5 EVALUACIÓN

El proceso de evaluación, tiene como propósito principal la aprehensión del conocimiento, por esto es relevante el concepto previo con que llegan nuestros aprendices, para al finalizar la asignatura poder medir los conocimientos con los que han logrado culminar y las competencias que desarrolló que le permitirán ser aplicadas en su vida laboral y personal.

Cumpliendo con los parámetros de evaluación de la Corporación Universitaria Remington, debemos tener muy en cuenta la autoevaluación y coevaluación, es por esto que del 100% de la evaluación esta corresponde al 10%.

MOMENTO EVALUATIVO	PORCENTAJE	TIPO DE EVALUACIÓN
Primer parcial:	20%	Escrita
Segundo parcial:	20%	Escrita
Seguimiento:	30%	Desarrollo de talleres, consulta bibliográfica y cibernética
Co evaluación:	10%	grupál
Final:	20%	Exposición, video

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 – CURRÍCULO DE ASIGNATURA

El promedio aritmético de las calificaciones obtenidas en los procesos evaluativos señalados, dará el resultado definitivo del desempeño académico de la asignatura.

