UNIVERSIDAD DEL AZUAY

FACULTAD DE FILOSOFÍA Y CIENCIAS HUMANAS
ESCUELA COMUNICACIÓN SOCIAL

1. Datos

Materia: RELACIONES PUBLICAS
Código: FLC0270
Paralelo: A
Periodo : Marzo-2021 a Julio-2021
Profesor: VALDEZ APOLO MARIA BELEN
Correo electrónico: bvaldez@uazuay.edu.ec
Prerrequisitos:

Ninguno

Nivel: 8

Distribución de horas.

Docencia	Práctico	Autónomo:		Total horas
		Sistemas de tutorías	Autónomo	
4				4

2. Descripción y objetivos de la materia

Esta materia pretende responder a algunas preguntas que toda persona se puede hacer sobre qué papel juega la comunicación en las organizaciones, qué objetivos posee, los diferentes públicos con los que nos podemos encontrar, las herramientas más adecuadas de actuación y los diferentes ámbitos en los que desarrolla su acción.Se intenta abarcar los principales elementos estructurales y de aplicación de las Relaciones Públicas y se profundiza, en las técnicas y las estrategias.

La materia se justifica para cumplir con uno de los perfiles de la carrera. La asignatura trata de establecer correlaciones, dependencias, interacciones e implementaciones entre todos aquellos elementos que, a través de la comunicación, inciden y condicionan el entorno, el entramado social en el que la empresa se desenvuelve.

Existe una clara relación con todas las materias de la escuela que tratan el tema de Comunicación Organizacional, las Relaciones Publicas, imagen corporativa así como también con la ética, la investigación, la organización de eventos, la comunicación estratégica, entre otras

3. Objetivos de Desarrollo Sostenible

4. Contenidos

1.	¿Qué son las Relaciones Publicas?
1.1.	El reto de las relaciones publicas (4 horas)
1.2.	Las relaciones publicas como proceso (2 horas)
1.3.	Los elementos de las relaciones publicas (2 horas)
1.4.	Las diferencias de relaciones públicas y periodismo (4 horas)
1.5.	Las diferencias entre las RR.PP. y Publicidad. El marketing (4 horas)

2.	**La evolución de las RR.PP.**
2.1.	Una breve historia de las RR.PP. (1 horas)
2.2.	La edad media (1 horas)
2.3.	Los primeros tiempos en América (2 horas)
2.4.	El desarrollo Norteamericano (2 horas)
2.5.	Las RR.PP. en las épocas modernas (1 horas)
2.6.	Tendencias en la práctica actual (1 horas)
3.	**Comunicados de prensa, boletines de información y folletos**
3.1.	Planificación de un comunicado de prensa, el formato, el contenido (2 horas)
3.2.	Anuncios de prensa, convocatorias de prensa y hojas informativas (2 horas)
3.3.	Dossier de prensa (4 horas)
3.4.	Distribuciones de materiales informativos: Correo, correo electrónico, servicios electrónicos de noticias, salas de prensa virtual. Redes sociales. (4 horas)
3.5.	Boletines de información y revistas. Folletos. Publicidad de RR.PP. (4 horas)
4.	**Corporaciones. La corporación moderna de hoy en día**
4.1.	Relaciones con los medios de comunicación (2 horas)
4.2.	Relaciones con los consumidores (2 horas)
4.3.	Relaciones con los empleados (2 horas)
4.4.	La comunicación de marketing (2 horas)
4.5.	Relaciones medioambientales (2 horas)
5.	**Comunicación Empresarial 2.0**
5.1.	El reto de la visibilidad de la empresa en la Red (4 horas)
5.2.	El modelo actual de la comunicación empresarial (2 horas)
5.3.	La trasformación de los medios de comunicación (cambios en medios tradicionales) (2 horas)
5.4.	La importancia de los nuevos medios para su empresa. Porque su empresa tiene que estar en Internet (2 horas)
5.5.	SERVICIOS WEB 2.0: RE-DEFINICIÓN DE LA COMUNICACIÓN EMPRESARIAL (4 horas)

5. Sistema de Evaluación

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

Resultado de aprendizaje de la materia	Evidencias
bm. Aplica herramientas de Relaciones Públicas en la organización.	
-Identifica distintas herramientas de comunicación para mejorar las relaciones entre la organización y sus públicos.	-Evaluación oral -Proyectos -Reactivos -Trabajos prácticos - productos
-Propone y ejecuta tácticas en las cuales se utilizan las herramientas de relaciones públicas conocidas.	-Evaluación oral -Proyectos -Reactivos -Trabajos prácticos - productos
-Reconoce la naturaleza de las relaciones existentes entre la organización y los distintos públicos vinculados.	-Evaluación oral -Proyectos -Reactivos -Trabajos prácticos - productos

Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Evaluación oral	Examen oral de interciclo	Comunicados de prensa, boletines de información y folletos, La evolución de las RR.PP., ¿Qué son las Relaciones Publicas?	APORTE DESEMPEÑO	5	Semana: 4 (05/04/21 al 10/04/21)
Reactivos	Examen interciclo escrito	Comunicados de prensa, boletines de información y folletos, La evolución de las RR.PP., ¿Qué son las	APORTE DESEMPEÑO	5	Semana: 4 (05/04/21 al 10/04/21)

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
		Publicas?			
Trabajos prácticos - productos	Realización de un video tutorial en donde se explique un capítulo de la materia	Comunicación Empresarial 2.0, Comunicados de prensa, boletines de información y folletos, Corporaciones. La corporación moderna de hoy en día, La evolución de las RR.PP., ¿Qué son las Relaciones Publicas?	EXAMEN FINAL ASINCRÓNICO	10	Semana: 19 (19/07/21 al 24/07/21)
Reactivos	Examen final de reactivos en el campus virtual	Comunicación Empresarial 2.0, Comunicados de prensa, boletines de información y folletos, Corporaciones. La corporación moderna de hoy en día, La evolución de las RR.PP., ¿Qué son las Relaciones Publicas?	EXAMEN FINAL SINCRÓNICO	10	Semana: 19 (19/07/21 al 24/07/21)
Trabajos prácticos - productos	Realización de un video tutorial en donde se explique un capítulo de la materia	Comunicación Empresarial 2.0, Comunicados de prensa, boletines de información y folletos, Corporaciones. La corporación moderna de hoy en día, La evolución de las RR.PP., ¿Qué son las Relaciones Publicas?	SUPLETORIO ASINCRÓNICO	10	Semana: 19 (19/07/21 al 24/07/21)
Reactivos	Examen final de reactivos en el campus virtual	Comunicación Empresarial 2.0, Comunicados de prensa, boletines de información y folletos, Corporaciones. La corporación moderna de hoy en día, La evolución de las RR.PP., ¿Qué son las Relaciones Publicas?	SUPLETORIO SINCRÓNICO	10	Semana: 19 (19/07/21 al 24/07/21)

Metodología

En esta materia se sigue como metodología la Taxonomía de Bloom, además al ser una materia teórica se aplica el modelo pedagógico Flipped Classroom que transfiere el trabajo de determinados procesos de aprendizaje fuera del aula y utiliza el tiempo de clase, junto con la experiencia del docente, para facilitar y potenciar otros procesos de adquisición y práctica de conocimientos dentro del aula.
Autónomo
Se aplicará el modelo pedagógico del Aula invertida. En las horas de docencia, la profesora explica la materia con casos y ejemplos, al haber investigado y leído previamente el alumnado es el protagonista de su propio aprendizaje. Se implica al estudiante al darle responsabilidades, pasando de ser sujeto pasivo a activo. Los alumnos trabajan, participan, plantean dudas, colaboran en equipo, se organizan y planifican para realizar proyectos o resolver problemas…

Criterios de Evaluación

10 puntos de asistencia:
Se mide con variables dicotómicas
"Cumple o no cumple"
Se realizan preguntas en clase sobre las lecturas realizadas o sobre la materia, los nombres son tomados al azar de la lista de clase, si usted no está o no responde correctamente este punto se le resta de los 10 puntos de asistencia. Se realizará de la misma manera pop quizz o kahoots al azar.

10 puntos de cumplimiento:
Se mide con variables dicotómicas
"Cumple o no cumple"

1. Lecciones orales/ escritas (cumple o no cumple)
2. Estudio de caso (cumple o no cumple)

10 puntos del desempeño
se suman las calificaciones y se divide para el total
Interciclo

1. lección oral
2. examen de interciclo en el campus virtual

Examen final

Sincrónico: Examen oral o escrito (si es virtual se realizarán el 50% de preguntas en el campus y el 50% por zoom) si nos permiten volver al aula es solo escrito.

6. Referencias

Bibliografía base

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
Castro Zuñeda, Raúl	Publicaciones UP	"La opinión pública como el gran grupo de interés de las relaciones públicas"	2009	
D´Adamo, Orlando, Virginia García Beaudoux y Flavia Fleidenberg	Mc Graw Hill	Medios de comunicación y opinión pública	2007	
BARQUERO CABRERO, JOSE DANIEL	Gestion 2000	Relaciones públicas aplicadas al ámbito bursátil y su persuación ante la opinión pública/ Manual de	1999	
Dennis LWilcox Phillip Ault Warre K Agee Glen Cameron	Addison Wesley	Relaciones Públicas Estrategias y Tácticas	2001	84-7829-041-9

Web

Autor	Título	Url
Génova, Antonio Ezequiel	Ceremonial: Empresarial Y Relaciones Públicas	http://site.ebrary.com/lib/uasuaysp/search.action?p00=protocolo+ceremonial+&fromSearch=fromSearch

Software

Bibliografía de apoyo

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
Cristina Aced	Editorial UOC	Relaciones públicas 2.0 . Cómo gestionar la comunicación corporativa en el entorno digital	2013	8490292493
Wilcox, Dennis; Glen Cameron; Jordi Xifra	Pearson	Relaciones Públicas. Estrategias y tácticas	2012	978-84-8322-813-5
Jordi Xifra Ferran Lalueza	Pearson	Casos de relaciones públicas y comunicación corporativa	2009	978-84-832-2240-9
Dr. Paul Capriotti Peri Dr. Antonio Castillo Esparcia Dra. Mª Teresa García Nieto Dra. Mª Teresa Otero Alvarado Dr. Jordi Xifra Triadú	Asociación de Investigadores en Relaciones Públicas (AIRP)	Las relaciones públicas de la sociedad del conocimiento	2010	978-84-693-2454-7

Web

Autor	Título	Url
Jordi Xifra	Comunicación corporativa, relaciones públicas y gestión del riesgo reputacional en tiempos del Covid-19	null
Andrés Valdez Zepeda	Las relaciones públicas en las campañas electorales	null
Paloma Abejón-Mendoza y	PERSUASIÓN A TRAVÉS DE FACEBOOK DE LOS CANDIDATOS EN LAS ELECCIONES GENERALES DE 2016 EN ESPAÑA	null
Gabriela Madroñero y Paul	La etapa de la Estrategia de Comunicación en el proceso de planificación de la comunicación y las relaciones públicas. The stage of Communication Strategy in the planning process of communication and public relations	null

Software

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: 16/03/2021

Estado: Aprobado