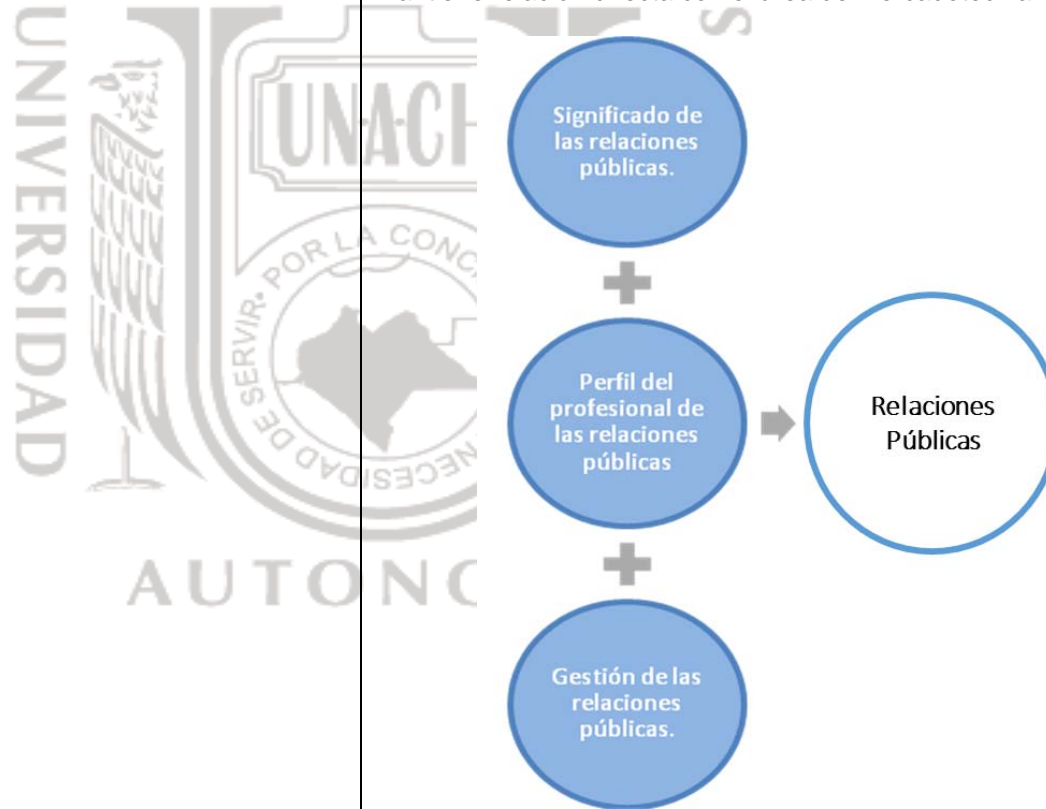


UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIAPAS

LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN

Unidad de Competencia				
Relaciones Públicas				
Semestre	Fecha de elaboración			Área de formación
No aplica	DD	MM	AÑO	Elección Libre
	16	Febrero	2016	
PERFIL DEL DOCENTE				
1. Licenciatura y Posgrado (preferente) en Mercadotecnia, Administración.				
2. Experiencia laboral en puestos directivos de empresas u organizaciones, departamento de relaciones públicas o comunicación social.				
3. Dominio del idioma ingles deseable en el nivel A2 del Marco de Referencia Europeo o su equivalente				
4. Dominio de paquetería Office y navegación por internet.				
HT	HP	THS	CR	ACADEMIA
2	2	64	6	Administración. Facultad de Contaduría y Administración, C-I. Mercadotecnia. Facultad de Ciencias de la Administración, C-IV Administración. Escuelas de Ciencias Administrativas, C-VII Administración. Facultad de Ciencias Administrativas, C-VIII Cuerpo Colegiado. Escuela de Ciencias Administrativas Arriaga, C-IX Administración. Escuela de Ciencias Administrativas Istmo-Costa, C-IX Tonalá
Propósito general:				Presentación:
Al finalizar la unidad de competencia el estudiante gestionara las relaciones públicas, identificando las características del profesional de las relaciones públicas, así como la gestión de éstas en una organización como departamento o empresa, considerando el valor que tienen como responsables de la imagen corporativa en las empresas y organizaciones.				El mercado, compuesto por la oferta y la demanda mantiene una serie de contactos entre estos dos elementos de manera constante. Para que los resultados sean positivos, deben establecerse medios de intermediación que permitan fluir la comunicación y generar vínculos de interrelación para beneficio de las partes, es ahí donde cabe tu posibilidad de ser un publlirrelacionista. Las relaciones públicas son esos medios de intermediación y como profesional debes saber la forma en que se gestionan, tanto a interior de una organización como al exterior de esta, y reconocer las interacciones que de manera directa e indirecta surgirán por la dinámica en que funciona el mercado. La unidad se encuentra compuesta por tres subcompetencias: la primera permite familiarizarte con el concepto de las relaciones públicas, su evolución, así como la tipología que se desprende de su propio estudio y aplicación. En la segunda, se abordan temas referidos a las características, habilidades y conocimientos que debes tener como el profesional que atiende las relaciones públicas, con el ánimo de presentarte un panorama real si decides abordarlas como medio de desarrollo profesional.

La gestión de las relaciones públicas se expresa en la tercera subcompetencia, con lo que se proporcionan temas referidos a la función en la organización, tanto como departamento y como empresa, considerando las técnicas, medios y formas de que puedes valerte para crear la imagen corporativa, la formulación de planes y el manejo de las tecnologías de información. Mantiene relación directa con el área de mercadotecnia.



Competencias	
Genéricas	Profesionales
1. Establece el compromiso con la preservación del ambiente, su medio socio-cultural y conservación de costumbres y tradiciones	1. Diseñar y desarrollar organizaciones, con la capacidad de asesoramiento administrativo, aplicando liderazgo, creatividad e

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIAPAS

LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN

positivas. 2. Contrae como suyo el compromiso con la calidad.	innovación; en la búsqueda de la competitividad de las mismas en el mercado.
--	--

Estructura básica de la Unidad de Competencia

Subcompetencia	Elementos de la subcompetencia	Subcompetencia integrada	Contenidos temáticos
Identifica las relaciones públicas.	Conocimientos: evolución, tendencias, tipologías.	Al finalizar la unidad de subcompetencia, el estudiante es competente para identificar las relaciones públicas, su evolución, tendencias y tipologías; demostrando comunicación, negociación, solución de problemas, comprensión de consecuencias, alta capacidad de trabajo, buena comunicación oral y escrita, capacidad de análisis, síntesis y evaluación; manifestando solidaridad, responsabilidad, amabilidad, honestidad, respeto, sociabilidad, compromiso, proactivo, compromiso institucional, abierto, disponibilidad, diálogo, integración, servicio, mente abierta.	1. Significado de las relaciones públicas.
	Habilidades: comunicación, negociación, solución de problemas, comprensión de consecuencias, alta capacidad de trabajo, buena comunicación oral y escrita, capacidad de análisis, síntesis y evaluación		1.1 Las relaciones públicas.
	Valores y actitudes profesionales: solidaridad, responsabilidad, amabilidad, honestidad, respeto, sociabilidad, compromiso, proactivo, compromiso institucional, abierto, disponibilidad, diálogo, integración, servicio, mente abierta		1.2 Semblanza de su evolución.
1.3 Tendencias sociales y relaciones públicas.			
1.4 Tipología de las relaciones públicas.			
1.4.1 Internas			
1.4.2 Externas			
1.4.3 Gubernamentales			
1.4.4 Internacionales			
Evidencias de desempeño			
Línea del tiempo con la evolución de las relaciones públicas.			
Argumento sobre las tendencias sociales y las relaciones públicas.			
Ensayo sobre la importancia de las relaciones públicas en una empresa u organización.			
Recursos didácticos		Estrategias de aprendizaje	
Apuntes Antología Diapositivas		Exposición del profesor. Investigación documental y por internet.	

Subcompetencia	Elementos de la subcompetencia	Subcompetencia integrada	Contenidos temáticos
Reconoce el perfil del	Conocimientos: imagen personal,	Al finalizar la unidad de	2 Perfil del profesional de las

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIAPAS

LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN

profesional de las relaciones públicas.	credibilidad, habilidades, del consultor y la ética.	subcompetencia, el estudiante es competente para reconocer el perfil del profesional de las relaciones públicas, con la imagen personal, credibilidad, habilidades, el consultor y la ética; demostrando comunicación, negociación, solución de problemas, comprensión de consecuencias, alta capacidad de trabajo, buena comunicación oral y escrita, capacidad de análisis, síntesis y evaluación; manifestando solidaridad, responsabilidad, amabilidad, honestidad, respeto, sociabilidad, compromiso, proactivo, compromiso institucional, abierto, disponibilidad, diálogo, integración, servicio, mente abierta.	relaciones públicas. 2.3 La imagen personal. 2.4 Credibilidad. 2.5 Aprender a escuchar. 2.6 Inteligencia emocional. 2.7 El consultor de relaciones públicas. 2.8 Ética en las relaciones públicas.
	Habilidades: comunicación, negociación, solución de problemas, comprensión de consecuencias, alta capacidad de trabajo, buena comunicación oral y escrita, capacidad de análisis, síntesis y evaluación		
	Valores y actitudes profesionales: solidaridad, responsabilidad, amabilidad, honestidad, respeto, sociabilidad, compromiso, proactivo, compromiso institucional, abierto, disponibilidad, diálogo, integración, servicio, mente abierta		

Evidencias de desempeño

Ejercicios de imagen personal según tipo de público.
Ensayo sobre la inteligencia emocional en las relaciones públicas.
Argumento sobre la ética en las relaciones públicas.
Ejercicios de reacciones ante diferentes situaciones.

Recursos didácticos	Estrategias de aprendizaje
Apuntes Antología Diapositivas Ejercicios de imagen personal Casos Guía de observación	Exposición del profesor Discusión grupal Investigación bibliográfica y por Internet Dramatizaciones

Subcompetencia	Elementos de la subcompetencia	Subcompetencia integrada	Contenidos temáticos
Gestiona las	Conocimientos: función en la	Al finalizar la unidad de	3 Gestión de las relaciones

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIAPAS

LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN

relaciones públicas	organización, públicos clave, imagen corporativa, planeación de la función, tecnologías de información, plan.	subcompetencia, el estudiante es competente para gestionar las relaciones públicas con la función en la organización, públicos clave, imagen corporativa, planeación de la función, tecnologías de información y el plan; demostrando comunicación, negociación, solución de problemas, comprensión de consecuencias, alta capacidad de trabajo, buena comunicación oral y escrita, capacidad de análisis, síntesis y evaluación	públicas. 3.3 Las relaciones públicas como función de la organización. 3.4 Relaciones públicas con públicos clave. 3.5 Los medios de las relaciones públicas. 3.6 Imagen corporativa. 3.7 Empresas y departamentos de relaciones públicas. 3.8 Planeación de la función de relaciones públicas. 3.9 Relaciones públicas y tecnologías de información. 3.10 Plan de relaciones públicas.
	Habilidades: comunicación, negociación, solución de problemas, comprensión de consecuencias, alta capacidad de trabajo, buena comunicación oral y escrita, capacidad de análisis, síntesis y evaluación		
	Valores y actitudes profesionales: solidaridad, responsabilidad, amabilidad, honestidad, respeto, sociabilidad, compromiso, proactivo, compromiso institucional, abierto, disponibilidad, diálogo, integración, servicio, mente abierta		

Evidencias de desempeño

Plan de relaciones públicas para una empresa u organización

Recursos didácticos	Estrategias de aprendizaje
Apuntes Antología Diapositivas Casos Guión del plan	Exposición del profesor Exposición del estudiante Discusión grupal Investigación bibliográfica, de campo y por Internet.

Estrategias de evaluación			Competencia que evidencia	%
Criterios	Instrumentos	%		
Conocimientos	Evaluaciones parciales (3) Argumento sobre la ética en las relaciones públicas.	60	Genéricas Establece el compromiso con la preservación del ambiente, su medio socio-cultural y conservación de	30

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIAPAS

LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN

	Argumento sobre las tendencias sociales y las relaciones públicas. Ensayo sobre la importancia de las relaciones públicas en una empresa u organización. Ensayo sobre la inteligencia emocional en las relaciones públicas. Línea del tiempo con la evolución de las relaciones públicas.		costumbres y tradiciones positivas. Contrae como suyo el compromiso con la calidad Específica Diseñar y desarrollar organizaciones, con la capacidad de asesoramiento administrativo, aplicando liderazgo, creatividad e innovación; en la búsqueda de la competitividad de las mismas en el mercado.	30 40
Habilidades	Ejercicios de imagen personal según tipo de público. Ejercicios de reacciones ante diferentes situaciones. Plan de relaciones públicas para una empresa u organización turística	20	Genéricas Establece el compromiso con la preservación del ambiente, su medio socio-cultural y conservación de costumbres y tradiciones positivas. Contrae como suyo el compromiso con la calidad Específica Diseñar y desarrollar organizaciones, con la capacidad de asesoramiento administrativo, aplicando liderazgo, creatividad e innovación; en la búsqueda de la competitividad de las mismas en el mercado	25 25 50
Valores y actitudes profesionales	Exposiciones Discusiones grupales Investigación documental, de campo y por internet.	20	Genéricas Establece el compromiso con la preservación del ambiente, su medio socio-cultural y conservación de costumbres y tradiciones positivas. Contrae como suyo el compromiso con la calidad Específica Diseñar y desarrollar organizaciones, con la capacidad de asesoramiento administrativo, aplicando liderazgo, creatividad e innovación; en la búsqueda de la competitividad de las mismas en el mercado	30 30 40

Referencias

Básicas:	Complementarias:
----------	------------------

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIAPAS

LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN

Bibliográficas	
<p>WILCOX, Dennis L., AUTT, Philips H., AGEE, Warren K., y CAMERON, Glen T. (2001). <i>Relaciones públicas. Estrategias y tácticas</i>. España. Addison Wesley.</p> <p>SIMON, Raymun (2009). <i>Relaciones públicas. Técnicas y práctica</i>. México. Limusa.</p> <p>BONILLA, Carlos (2004). <i>Relaciones públicas</i>. México. CECSA.</p> <p>MERCADO, Salvador (2002). <i>Relaciones públicas aplicadas. Un camino hacia la productividad</i>. México. Cengage Learning.</p> <p>RIOS, Szalay Jorge (2011). <i>Relaciones públicas. Su administración en las organizaciones</i>. México. Trillas. 3ª. Edición.</p>	<p>GORDOA, Víctor (2003). <i>Imagología</i>. México. Grijalva.</p> <p>MARSTON, Jhon, (1998). <i>Relaciones públicas modernas</i>. México. McGraw Hill.</p> <p>MCENTEE, Hielen (2004). <i>Comunicación oral</i>. México. Mc Graw Hill. 2ª. Edición.</p> <p>ZEITHAML A. Valarie, BITHER Jo. Mary, (2000). <i>Marketing de servicios</i>. México. Mc.Graw Hill.</p> <p>STANTON, William J., ETZEL, Michael J., WALKER, Bruce J. (2004). <i>Fundamentos de Marketing</i>. México. Mc. Graw. Hill.</p> <p>LOUGOVOY, Linon (1991). <i>Relaciones Públicas del Gobierno, de las empresas y de la Administración</i>. México. Ed. Mexicana, S.A.</p>
Bases de datos	
<p>www.conricyt.mx</p> <p>www.redalyc.org</p> <p>www.springer.com</p> <p>www.ebsco.com</p>	