UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIHUAHUA UNIDAD ACADÉMICA: FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS PROGRAMA ANALÍTICO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE: RELACIONES PÚBLICAS M.A.R.H. ALEJANDRA CARRERA YLLADES	**DES:**	Educación y Cultura
	Programa académico	Periodismo
	Tipo de materia (Obli/Opta):	Obligatoria
	Clave de la materia:	PE801-24
	Semestre:	Octavo
	Área en plan de estudios:	Específica
	Total de horas por semana:	3
	Teoría: Presencial o Virtual	3
	Laboratorio o Taller:	0
	Prácticas:	0
	Trabajo extra-clase:	0
	Créditos Totales:	6
	Total de horas semestre (x sem):	48 hrs
	Fecha de actualización:	25/10/2024
	Prerrequisito (s):	ninguno

DESCRIPCIÓN:

La asignatura de Relaciones Públicas explora la teoría y práctica de la gestión de la comunicación entre las organizaciones y sus públicos clave. Está diseñada para brindar a los estudiantes herramientas y conocimientos sobre cómo construir y mantener relaciones positivas con diversos grupos de interés, gestionar la reputación, y manejar crisis comunicacionales de manera eficaz. A través del análisis de casos, prácticas en gestión de redes sociales, redacción de comunicados y simulaciones de crisis, los estudiantes desarrollarán habilidades prácticas y estratégicas para planificar, implementar y evaluar programas de relaciones públicas en diferentes contextos.

COMPETENCIAS PARA DESARROLLAR:

B1. Excelencia y Desarrollo Humano

B1.La excelencia educativa promueve el desarrollo humano integral con resultados tangibles obtenidos en la formación de profesionales con conciencia ética y solidaria, pensamiento crítico y creativo, así como una capacidad innovadora y productiva.

B3. Responsabilidad Social

B3. Asume con responsabilidad y liderazgo social los problemas más sensibles de las comunidades cercanas ante su propio contexto, con el propósito de contribuir a la conformación de una sociedad más justa, libre, incluyente y pacífica.

PEC1. Interacción Sociocultural

PEC1. Promover, rescatar, conservar, interpretar, crear y difundir fenómenos humanísticos, artísticos y culturales en espacios físicos y digitales, bajo criterios de inclusión, multiculturalidad y diversidad.

Específica

Organizaciones y espacios informativos.

Participar en la organización y gestión de la información que circula en diferentes organizaciones e industrias culturales de cualquier ambiente corporativo, educativo, público, y/o gubernamental, donde los flujos comunicativos, de participación y gestión del conocimiento que los integrantes producen es vital y conveniente administrar para la adecuada divulgación e intercambio que permita alcanzar las metas organizacionales

DOMINIOS (Se toman de las competencias)	**OBJETOS DE ESTUDIO** (Contenidos necesarios para desarrollar cada uno de los dominios)	**RESULTADOS DE APRENDIZAJE** (Se plantean de los dominios y contenidos)	**METODOLOGÍA** (Estrategias, secuencias, recursos didácticos)	**EVIDENCIAS** (Productos tangibles que permiten valorar los resultados de aprendizaje)
B1.1. Desarrolla el pensamiento crítico a partir de la libertad, el análisis, la reflexión y la argumentación.	**Objeto de estudio 1: Introducción a las relaciones públicas.** • Definición y evolución de las relaciones públicas. • Diferencias entre relaciones públicas, publicidad y marketing. • El papel de las relaciones públicas en la gestión de la reputación	**Define** **Distingue** Distinguir las definiciones y su importancia analizando las diferencias y relaciones entre las disciplinas. Distingue como las relaciones públicas contribuyen a la construcción y gestión de una organización.	Búsqueda y análisis de información Tareas individuales	Mapa conceptual Exámenes escritos
B3.3. Impulsa la responsabilidad ciudadana y participación democrática, en el contexto de los problemas más sensibles de las comunidades cercanas.	**Objeto de estudio 2: Herramientas y técnicas de relaciones públicas.** • Redacción de comunicados de prensa. • Manejo de medios de comunicación. • Creación de campañas de relaciones públicas.	**Desarrolla** **Evalúa** Desarrolla habilidades para redactar comunicados de prensa claros y efectivos. Evalúa el impacto y la efectividad de las campañas implementadas en la sociedad.	Proyectos Simulación de Procesos	Exposición Documento
PEC1.3. Demuestra capacidad de expresión y difusión	**Objeto de estudio 3: Planificación y estrategia.**	**Identifica** **Interpreta**	Investigaciones	Exposición Ensayo

humanística, artística y cultural.	• Investigación y análisis de públicos. • Elaboración de un plan de relaciones públicas. • Evaluación de resultados y medición de impacto.	Identifica y analiza diferentes públicos a través de herramientas de análisis para segmentar audiencias. Para poder interpretar los resultados para realizar ajuste en las estrategias y tácticas.	Búsqueda y análisis de información	
Identificar, seleccionar y aplicar los procesos de administración para la instrumentación de las Relaciones Públicas.	**Objeto de estudio 4: Relaciones públicas digitales** • El papel de las redes sociales en las relaciones públicas. • Estrategias de comunicación digital. • Manejo de la reputación en línea.	**Desarrolla Implementa** Desarrollar estrategias para utilizar las redes sociales de manera efectiva en la comunicación. Implementa estrategias de comunicación digital que alineen con los objetivos de las relaciones públicas.	Investigaciones Exposición por estudiante	Exposición Podcast

FUENTES DE INFORMACIÓN (Bibliografía, direcciones electrónicas)	**EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES** (Criterios, ponderación e instrumentos)
Cutlip, S. M., & Center, A. H. (2006). *Relaciones públicas efectivas*. Pearson Educación. Grunig, J. E., & Hunt, T. (1994). *La gestión de las relaciones públicas*. McGraw-Hill. Smith, R. D. (2016). *Planificación estratégica de relaciones públicas*. Ediciones Granica. Kunczik, M. (1997). *Relaciones públicas: Teoría y práctica*. Ediciones de la Universidad de Salamanca. Coombs, W. T. (2012). *Gestión de crisis y relaciones públicas*. Editorial UOC. Wilcox, D. L., & Cameron, G. T. (2012). *Estrategias y tácticas de relaciones públicas*. Pearson Educación. Lichtenstein, S., & Zukauskaité, A. (2015). *Comunicación y relaciones públicas: Un enfoque estratégico*. Editorial UOC.	Las 4 unidades del curso se evaluarán bajo los siguientes criterios: ● Exposición 30% ● Evaluación 30% ● Conferencias 20% ● Ensayos 20%

Rensburg, R. v., & Jansen, M. (2015). *Gestión de la reputación online: Una guía esencial*. Ediciones Comunicación.	

CRONOGRAMA

Objetos de estudio	Semanas															
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
Introducción a las relaciones públicas.																
Herramientas y técnicas de relaciones públicas.																
Planificación y estrategia.																
Relaciones públicas digitales.																