

**ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**SYLLABUS**

**TEORÍA DE LAS RELACIONES PÚBLICAS**

**MODALIDAD NO PRESENCIAL**

**SÍLABO POR COMPETENCIAS**

**CURSO­:**

# DATOS GENERALES

|  |  |
| --- | --- |
| **Línea de Carrera** | Relaciones Públicas |
| **Semestre Académico** | 2020-I |
| **Código del Curso** | FB12 |
| **Créditos** | 04 |
| **Horas Semanales** | Hrs. Totales: 04 |
| **Ciclo** | III |
| **Sección** | única |
| **Apellidos y Nombres del Docente** | **m(o) Juana María Anselmo Arrunátegui** |
| **Correo Institucional** | janselmo@unjfsc.edu.pe |
| **N° De Celular** | 934491577 |



1. **SUMILLA Y DESCRIPCIÓN DEL CURSO**

|  |  |
| --- | --- |
| IDENTIFICACIÓN | .  La asignatura corresponde al bloque de formación básica profesional  Esta asignatura es teórica y práctica la cual está dividida en 4 unidades didácticas y está programada para desarrollarse en un total de 16 semanas. |
| COMPETENCIAS | Se pretende desarrollar en el alumno competencias que le permitirán desarrollar, capacidad de socialización en los alumnos así como brindar una visión panorámica de las relaciones públicas y su quehacer en las organizaciones proporcionando en el alumno la posibilidad del ejercicio práctico como relacionista. |
| CONTENIDOS | 1.Busca comprender las técnicas de las RELACIONES PÚBLICAS  2.Los públicos y sus relaciones con la organización.  3.Visión panorámica de las relaciones públicas y su quehacer en las organizaciones.  4.Ejercicio práctico de un Relacionista. |
| PRODUCTO | Concluye con la investigación y aplicación de estrategias con públicos. |



1. **CAPACIDADES AL FINALIZAR EL CURSO**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | **CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDACTICA** | **NOMBRE DE LA**  **UNIDAD DIDACTICA** | **SEMANAS** |
| **UNIDAD I** | Ante una problemática real de las organizaciones **IDENTIFICA** la importancia y las funciones del relacionista público en las instituciones**.** | **MARCO TEÓRICO DE LAS RELACIONES PÚBLICAS** | **1-4** |
| **UNIDAD**  **II** | Ante un problema y toma de decisiones **investiga** los ámbitos de actuación de los profesionales en Relaciones Públicas  **.** | **Estructura de las instituciones y su relación con las oficinas de RR.PP.** | **5-8** |
|  |
| **UNIDAD**  **III** | **Explica y Resuelve situaciones problemáticas aplicando las diferentes Técnicas de las relaciones públicas** | **TÉCNICAS EN RELACIONES PÚBLICAS.** | **9-12** |
| **UNIDAD**  **IV** | ***.*** **Investiga** en forma adecuada el estudio de los públicos y propone la aplicación de estrategias. | **Público Interno, Público externo- estrategias** | **13-16** |
|  |



1. **INDICADORES DE CAPACIDADES AL FINALIZAR EL CURSO.**

|  |  |
| --- | --- |
| **NÚMERO** | **INDICADORES DE CAPACIDADES AL FINALIZAR EL CURSO** |
| **1** | **Analiza y establece la función y desempeño de un relacionista público-análisis del mercado laboral en el Perú.** |
| **2** | **Explica** con claridad diferentes conceptos de lo que es las relaciones públicas relacionándolo con las entidades de la localidad. |
| **3** | . **Define** la estructura de una oficina de relaciones públicas, |
| **4** | **Identifica** las funciones y actividades de las diferentes áreas que comprende una oficina de relaciones públicas- MOF de la oficina de relaciones públicas - evaluación |
| **5** | **Describe**  la trayectoria de los principales personajes de la historia de las RR.PP. |
| **6** | **Fundamenta** el plan de actividades anual de la oficina de RR.PP. |
| **7** | **Explica** los principios teóricos de la Epistemología de las RR.PP. |
| **8** | .  **Diseña comunicados de prensa, c. de prensa audiovisual, notas de prensa, dossier de prensa** |
| **9** | **Aplica**  videoconferencias.(con la presencia de un especialista |
| **10** | **Identifica la realidad** sobre la demanda del mercado laboral de un Relacionista público |
| **11** | **Ejecuta** la realización de una conferencia de prensa |
| **12** | **Propone** una serie de herramientas como tablones de anuncio, buzón de sugerencias, circulares, entrevistas y otros. |
| **13** | **Identifica** los conceptos de públicos en las instituciones públicas y privadas. |
| **14** | I**dentifica** y establece las diferencias entre los públicos internos y externos. |
| **15** | **Aplica** diferentes estrategias utilizando herramientas con públicos internos |
| **16** | **Aplica** diferentes estrategias utilizando herramientas con públicos externos |



**V. DESARROLLO DE LAS UNIDADES DIDACTICAS:**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDÁCTICA I:** Ante una problemática real de las organizaciones **IDENTIFICAR** la importancia y las funciones del relacionista público en las instituciones | | | | | | | |
|  | **Semana** | **Contenidos** | | | | **Estrategias de la enseñanza virtual** | | **Indicadores de logro de la capacidad** |
| **I Unidad** : **MARCO TEÓRICO DE LAS RELACIONES PÚBLICAS** | **Conceptual** | **Procedimental** | | **Actitudinal** |
| 1 | Funciones y desempeño de un Relacionista Público. | Identifica en las instituciones las funciones y desempeño de un relacionista público | | Distingue y determina las funciones y desempeño de un Relacionista Público en las instituciones.. | **Expositiva (Docente/Alumno)**   * Uso del Google Meet   **Debate dirigido (Discusiones)**   * Foros, Chat   **Lecturas**   * Uso de repositorios digitales   **Lluvia de ideas (Saberes previos)**   * Foros, Chat | | **Analiza y establece la función y desempeño de un relacionista público-análisis del mercado laboral en el Perú** |
| 2 | Las Relaciones públicas | Analiza lo que dice la teoría sobre las relaciones públicas y las funciones que actualmente desempeñan en las instituciones. | | Asume las diferentes conceptos de lo que es las Relaciones públicas en el Perú y en latinoamerica. | **Explica** con claridad diferentes conceptos de lo que es las relaciones públicas relacionándolo con las entidades de la localidad. |
| 3 | Estructura de una oficina de Relaciones Públicas. | Estructura de acuerdo a la realidad la implementación de una oficina de relaciones públicas. | | Acepta y determina las funciones de cada una de las áreas principales de una oficina de relaciones públicas | **Define** la estructura de una oficina de relaciones públicas |
| 4 | Funciones y actividades de las áreas que comprende una oficina de Relaciones Públicas. El MOF DE LA OFICINA DE RR.PP | Resuelve problemas de la organización de acuerdo a los cargos y responsabilidades en una oficina de RR.PP. Establece y elabora el MOF de su oficina de RR.PP | | Asume y determina  las funciones y actividades por cargos en la oficina de RR.PP. Conoce y compara el MOF de una oficina de RR.PP ESTATALES Y PRIVADAS | **Identifica** las funciones y actividades de las diferentes áreas que comprende una oficina de relaciones públicas- MOF de la oficina de relaciones públicas - evaluación |
|  |  | | | | | | |
| **EVIDENCIA DE CONOCIMIENTOS** | | **EVIDENCIA DE PRODUCTO** | | | **EVIDENCIA DE DESEMPEÑO** | |
| * Estudios de Casos * Cuestionarios | | * Trabajos individuales y/o grupales * Soluciones a Ejercicios propuestos | | | * Comportamiento en clase virtual y chat | |



|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Unidad didáctica II:**  **Estructura de las instituciones y su relación con las oficinas de RR.PP.** | **CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDÁCTICA II:** Ante un problema y toma de decisiones **investiga** los ámbitos de actuación de los profesionales en Relaciones Públicas. | | | | | | | |
| **Semana** | **Contenidos** | | | | **Estrategias de la enseñanza virtual** | | **Indicadores de logro de la capacidad** |
| **Conceptual** | **Procedimental** | | **Actitudinal** |
| 5 | Personajes de la Historia de las RR.PP | **Debate** sobre los aportes de personajes que contribuyeron a la historia de las RR.PP | | **Identifica** los principales personajes de la historia de las RR.PP | **Expositiva (Docente/Alumno)**  Uso del Google Meet | | **Describe**  la trayectoria de los principales personajes de la historia de las RR.PP. |
|  | El plan anual de actividades de la oficina de RR.PP | **Identifica** y establece las actividades anuales establecidas. | | **Ejecuta** y planifica su plan anual como oficina de RR.PP, de acuerdo a la entidad asignada por grupo. | **Fundamenta** el plan de actividades anual de la oficina de RR.PP. |
| 6 | Lecturas: Uso repositorios digitales | |
| 7 | Epistemología de las RR.PP | **Investiga** sobre los diferentes planteamientos epistemológicos de las RR.PP | | Ejecuta diferentes planteamientos sobre epistemología de RR.PP. | Lluvia de ideas (saberes previos). Foros, chat.  Debate dirigido: (Discusiones)  Foros y chat | | **Explica** los principios teóricos de la Epistemología de las RR.PP. |
| 8 | Los comunicados de prensa, notas de prensa. Dossier de Prensa | . Elabora comunicados de prensa, notas de prensa, Dossier de prensa, determinado su importancia | | . Asume la importancia de los comunicados de prensa, Dossier de prensa , notas de prensa | .  **Diseña comunicados de prensa, c. de prensa audiovisual, notas de prensa, dossier de prensa** |
|  | **EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DIDÁCTICA** | | | | | | |
| **EVIDENCIA DE CONOCIMIENTOS** | | **EVIDENCIA DE PRODUCTO** | | | **EVIDENCIA DE DESEMPEÑO** | |
| * Estudios de Casos * Cuestionarios | | * Trabajos individuales y/o grupales * Soluciones a Ejercicios propuestos | | | * Comportamiento en clase virtual y chat | |



|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDÁCTICA III: CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDÁCTICA III: Explica y Resuelve situaciones problemáticas aplicando las diferentes Técnicas de las relaciones públicas** | | | | | | | |
| **Unidad didáctica III: TÉCNICAS EN RELACIONES PÚBLICAS** | **Semana** | **Contenidos** | | | | **Estrategias de la enseñanza virtual** | | **Indicadores de logro de la capacidad** |
| **Conceptual** | **Procedimental** | | **Actitudinal** |
| 9 | Las videoconferencias | Planifica la ejecución y aplicación de videoconferencias. | | . Participa en la ejecución de una videoconferencia | **Expositiva (Docente/Alumno)**   * Uso del Google Meet   **Debate dirigido (Discusiones)**   * Foros, Chat   **Lecturas**   * Uso de repositorios digitales   **Lluvia de ideas (Saberes previos)**   * Foros, Chat | | **Aplica**  videoconferencias.(con la presencia de un especialista |
| 10 | Mercado laboral de un Relacionista público. | Compara e investiga la demanda del mercado laboral de un RR.PP | | Asume una actitud crítica sobre la situación laboral de las RR.PP en el Perú | Identifica la realidad sobre la demanda del mercado laboral de un Relacionista público |
| 11 | .  Conferencia de Prensa . | Aplica la estructura de una conferencia de prensa | | Colabora en la simulación de una conferencia de prensa | **Ejecuta** la realización de una conferencia de prensa |
| 12 | Herramientas de las RELACIONES PÚBLICA | . Aplica una serie de herramientas, que emplea las Relaciones Públicas | | . Selecciona las principales herramientas que utiliza el Relacionista Público. | **Propone** una serie de herramientas como tablones de anuncio, buzón de sugerencias, circulares, entrevistas y otros. |
|  | **EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DIDÁCTICA** | | | | | | |
| **EVIDENCIA DE CONOCIMIENTOS** | | **EVIDENCIA DE PRODUCTO** | | | **EVIDENCIA DE DESEMPEÑO** | |
| * Estudios de Casos * Cuestionarios | | * Trabajos individuales y/o grupales * Soluciones a Ejercicios propuestos | | | * Comportamiento en clase virtual y chat | |



|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDÁCTICA IV: Investiga** en forma adecuada el estudio de los públicos y propone la aplicación de estrategias. | | | | | | | |
| **Unidad Didáctica IV: Público Interno, Público externo- estrategias** | **Semana** | **Contenidos** | | | | **Estrategias de la enseñanza virtual** | | **Indicadores de logro de la capacidad** |
| **Conceptual** | **Procedimental** | | **Actitudinal** |
| 13 | Los públicos. | Discute sobre los diferentes conceptos que existen de públicos | | Identifica en diferentes instituciones y empresas la importancia de los públicos | **Expositiva (Docente/Alumno)**   * Uso del Google Meet   **Debate dirigido (Discusiones)**   * Foros, Chat   **Lecturas**   * Uso de repositorios digitales   **Lluvia de ideas (Saberes previos)**   * Foros, Chat | | **Identifica** los conceptos de públicos en las instituciones públicas y privadas |
| 14 | Públicos Internos -estrategias | . Compara la aplicación de estrategias con públicos internos y públicos externos | | Asume los conceptos de públicos internos y la realidad de las organizaciones | Identifica y establece las diferencias entre los públicos internos y externos |
| 15 | . Públicos externos-estrategias. | Compara la aplicación de estrategias en organizaciones públicas y empresas | | Ejecuta la aplicación de estrategias en organizaciones públicas y empresas. | Aplica diferentes estrategias utilizando herramientas con públicos internos |
| 16 | Otras Herramientas con públicos internos y externos | .  Estructura una lista de otras herramientas con públicos internos y externos. | | . Aplica una serie de otras herramientas con públicos internos y externos | Aplica diferentes estrategias utilizando herramientas con públicos externos |
|  | **EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DIDÁCTICA** | | | | | | |
| **EVIDENCIA DE CONOCIMIENTOS** | | **EVIDENCIA DE PRODUCTO** | | | **EVIDENCIA DE DESEMPEÑO** | |
| * Estudios de Casos * Cuestionarios | | * Trabajos individuales y/o grupales * Soluciones a Ejercicios propuestos | | | * Comportamiento en clase virtual y chat | |



1. **MATERIALES EDUCATIVOS Y OTROS RECURSOS DIDÁCTICOS**

Se utilizarán todos los materiales y recursos requeridos de acuerdo a la naturaleza de los temas programados. Básicamente serán:

1. **MEDIOS Y PLATAFORMAS VIRTUALES**

* Casos prácticos
* Pizarra interactiva
* Google Meet
* Repositorios de datos

1. **MEDIOS INFORMATICOS:**
   * Computadora
   * Tablet
   * Celulares
   * Internet.



1. **EVALUACIÓN**

La Evaluación es inherente al proceso de enseñanza aprendizaje y será continua y permanente. Los criterios de evaluación son de conocimiento, de desempeño y de producto.

1. **Evidencias de Conocimiento.**

La Evaluación será a través de pruebas escritas y orales para el análisis y autoevaluación. En cuanto al primer caso, medir la competencia a nivel interpretativo, argumentativo y propositivo, para ello debemos ver como identifica (describe, ejemplifica, relaciona, reconoce, explica, etc.); y la forma en que argumenta (plantea una afirmación, describe las refutaciones en contra de dicha afirmación, expone sus argumentos contra las refutaciones y llega a conclusiones) y la forma en que propone a través de establecer estrategias, valoraciones, generalizaciones, formulación de hipótesis, respuesta a situaciones, etc.

En cuanto a la autoevaluación permite que el estudiante reconozca sus debilidades y fortalezas para corregir o mejorar.

Las evaluaciones de este nivel serán de respuestas simples y otras con preguntas abiertas para su argumentación.

1. **Evidencia de Desempeño.**

Esta evidencia pone en acción recursos cognitivos, recursos procedimentales y recursos afectivos; todo ello en una integración que evidencia un saber hacer reflexivo; en tanto, se puede verbalizar lo que se hace, fundamentar teóricamente la práctica y evidenciar un pensamiento estratégico, dado en la observación en torno a cómo se actúa en situaciones impredecibles.

La evaluación de desempeño se evalúa ponderando como el estudiante se hace investigador aplicando los procedimientos y técnicas en el desarrollo de las clases a través de su asistencia y participación asertiva.

1. **Evidencia de Producto.**

Están implicadas en las finalidades de la competencia, por tanto, no es simplemente la entrega del producto, sino que tiene que ver con el campo de acción y los requerimientos del contexto de aplicación.

La evaluación de producto de evidencia en la entrega oportuna de sus trabajos parciales y el trabajo final.

Además, se tendrá en cuenta la asistencia como componente del desempeño, el 30% de inasistencia inhabilita el derecho a la evaluación.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **VARIABLES** | **PONDERACIONES** | **UNIDADES DIDÁCTICAS DENOMINADAS MÓDULOS** |
| Evaluación de Conocimiento | **30 %** | El ciclo académico comprende 4 |
| Evaluación de Producto | **35%** |
| Evaluación de Desempeño | **35 %** |

Siendo el promedio final (PF), el promedio simple de los promedios ponderados de cada módulo (PM1, PM2, PM3, PM4)



## BIBLIOGRAFÍA Y REFERENCIAS WEB

## 8.1 Fuentes bibliográficas

**UNIDAD DIDACTICA I:**

**1.**GRUNIG, J., HUNT, T., Dirección de Relaciones Públicas, 20002

**2.ADECEC, El libro práctico de la Comunicación y las Relaciones Públicas, Ed. Folio, 1997**

3,CUTLIP Scott M. y CENTER Allen H., Relaciones Públicas Eficaces, Ed. Gestión 2000, 2001

4. Barquero, J.D., MANUAL DE RELACIONES PUBLICAS EMPRESARIALES E INSTITUCIONALES, Ediciones Gestión 2000, Barcelona,1999

## UNIDAD DIDACTICA II:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1.-Grunig, J.E. y Hunt, T.,DIRECCION DE RELACIONES PUBLICAS, Ediciones Gestión 2000, Barcelona, 2000   |  | | --- | | 2.Marston, J. Relaciones Públicas Modernas (1990). Editorial McGraw Hill | | 3. (2004): La Buena reputación. Claves del valor intangible de las empresas. Wilcox, D., et al (2001): Relaciones Públicas | |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

## UNIDAD DIDACTICA III:

|  |
| --- |
| Boiry, P.A., RELACIONES PUBLICAS O LA ESTRATEGIA CONFIANZA, Ediciones Gestión 2000, Barcelona,1998 |
| RELACIONES PÚBLICAS. LA EFICACIA DE LA INFLUENCIA Autor: Octavio Rojas Orduña Editorial:  www.esic.es |

## UNIDAD DIDACTICA IV:

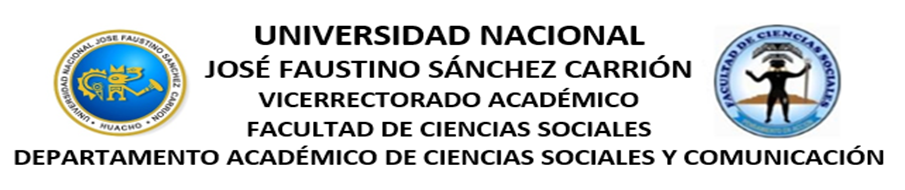
1.Barbosa Lima, A. y Rey Lennon, F. (2009).

2.La Web 2.0: el nuevo espacio público. En Cuaderno 28.

3. Relaciones Públicas 2009. Radiografía: proyecciones y desafios.

4.Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación (ensayos). Buenos Aires: Facultad de Diseño y Comunicación-Universidad de Palermo.

5.Bernays, E. (1958). Public Relations Idea Book. USA: Printers´Ink Pub. Co. Capriotti, P. (2009). 6,Branding Corporativo. Santiago de Chile: Colección Libros de la Empresa. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_(1999). 7.Planificación estratégica de la imagen corporativa. Barcelona: Ariel. Costa, J. (2009). El DirCom hoy. Dirección y Gestión de la Comunicación en la nueva economía. Barcelona: Costa PuntoCom Editor. Rey 8.Lennon, F. (1999) Edward Bernays. El hombre que inventó las relaciones públicas. Buenos Aires: EDUCA.

****

**8.2 Fuentes electrónicas:**

* 1. [**http://reader.digitalbooks.pro/book/preview/29058/w10aab5**](http://reader.digitalbooks.pro/book/preview/29058/w10aab5)
  2. <https://www.uma.es/media/files/libropr_1.pdf>
  3. <https://relacionespublicas.pe/2016/03/11/definicionderrpp/>
  4. <https://prezi.com/chhjlqlvwrku/estructura-y-funcion-del-departamento-de-las-relaciones-publicas-propias-en-la-organizacion/>
  5. <https://www.peru.gob.pe/docs/PLANES/13019/PLAN_13019_Proyecto%20MOF%202010%20-%206ta.%20DIEMCFFAA_2010.pdf>

Huacho, 01 junio de 2020

