



**UNIVERSIDAD NACIONAL
JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN
VICERRECTORADO ACADÉMICO
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES**



DEPARTAMENTO ACADÉMICO DE CIENCIAS SOCIALES Y COMUNICACIÓN

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION

SYLLABUS

**MODALIDAD NO PRESENCIAL
SILABO POR COMPETENCIAS
CURSO:**

Plan de Relaciones Públicas

I. DATOS GENERALES

Línea de Carrera	Relaciones Públicas
Semestre Académico	2020-I
Código del Curso	502
Créditos	04
Horas Semanales	Hrs. Totales: 04 Teóricas 02 Practicas 02
Ciclo	IX
Sección	Única
Apellidos y Nombres del Docente	Morales Gamara Henry Antonio
Correo Institucional	hmorales@unjfsc.edu.pe
N° De Celular	936765287



**UNIVERSIDAD NACIONAL
JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN
VICERRECTORADO ACADÉMICO
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES**



DEPARTAMENTO ACADÉMICO DE CIENCIAS SOCIALES Y COMUNICACIÓN

I. SUMILLA Y DESCRIPCIÓN DEL CURSO

I IDENTIFICACIÓN	Pertenece al área Formación Básica Especializada Es de carácter obligatorio teórico-práctico, dividido en cuatro módulos didácticos de 16 semanas.
COMPETENCIAS	Orientar al estudiante las estrategias comunicacionales que servirán para programar un plan de Relaciones Públicas con el fin de establecer vínculos y percepciones positivas de sus diversos públicos
CONTENIDOS	I. Campo de estudio de la comunicación: delimitación del objeto de estudio de la comunicación enfoques, teorías y autores sobre las relaciones públicas. Origen y evolución. II. El proceso de conocer las organizaciones y sus grupos de interés. II. Nuevos abordajes para el estudio de los públicos. IV .Espacios privados y públicos, actualidad y tendencias
PRODUCTO	Se culmina con la presentación y exposición de un plan de Relaciones Públicas.



**UNIVERSIDAD NACIONAL
JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN
VICERRECTORADO ACADÉMICO
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES**



DEPARTAMENTO ACADÉMICO DE CIENCIAS SOCIALES Y COMUNICACIÓN

III. CAPACIDADES AL FINALIZAR EL CURSO

	CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDACTICA	NOMBRE DE LA UNIDAD DIDACTICA	SEMANAS
UNIDAD I	Diferenciar las diferentes estrategias comunicacionales	Estrategias Comunicacionales	1-4
UNIDAD II	Identificar los diferentes públicos de la organización	Los Públicos	5-8
UNIDAD III	Guiar la interacción entre los miembros de la organización y el departamento de RR.PP	Departamentos en RR.PP	9-12
UNIDAD IV	Aplica planes de RR.PP	Ejecución de planes de Relaciones Públicas	13-16



IV. INDICADORES DE CAPACIDADES AL FINALIZAR EL CURSO

NÚMERO	INDICADORES DE CAPACIDAD AL FINALIZAR EL CURSO
1	Reconoce las diferentes estrategias Comunicacionales
2	Identifica los roles relacionísticos
3	Identifica las teorías de las Relaciones Públicas
4	Usa todo el proceso y lo ejecuta
5	Identifica autores contemporáneos
6	Reconoce los principales autores de las teorías relacionistas
7	Compara las teorías más eficientes para la época
8	Usa todo el proceso y lo ejecuta
9	Identifica las actividades relacionistas en las empresas
10	Selecciona las empresas según su clasificación
11	Identifica los stakeholders y públicos objetivo
12	Usa todo el proceso y lo ejecuta
13	Selecciona los planes de RR.PP más efectivos
14	Compara un plan de RR.PP con un plan de marketing
15	Desarrolla las atapas del plan de RR.PP.
16	Sustenta todo el proceso y lo ejecuta

V.- DESARROLLO DE LAS UNIDADES DIDACTICAS:

CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDÁCTICA I: Diferenciar las diferentes estrategias comunicacionales						
Estrategias Comunicacionales	Semana	Contenidos			Estrategia de la enseñanza virtual	Indicadores de logro de la capacidad
		Conceptual	Procedimental	Actitudinal		
	1	-Perfil del Relacionista Publico	Comprende los perfiles del relacionista.	Valora los perfiles del relacionista.	Expositiva (Docente/Alumno) <input type="checkbox"/> Uso del Google Meet	Reconoce las diferentes estrategias Comunicacionales
	2	-Principales actividades relacionistas	Explica los diversas actividades relacionistas en empresas privadas y públicas	Valora las actividades relacionistas en empresas privadas y públicas	Debate dirigido (Discusiones) <input type="checkbox"/> Foros, Chat	Identifica los roles relacionístico
	3	Relaciones Públicas 2.0	Comprende el manejo de las redes sociales	Valora el uso de las redes sociales	Lecturas <input type="checkbox"/> Uso de repositorios digitales	Compara las teorías más eficientes para la época
4	Poder negociación de las RR.PP	Explica sus características de negociación	Asume los roles adquiridos	Lluvia de ideas (Saberes previos) Foros, Chat	Usa todo el proceso y lo ejecuta	
Unidad Didáctica I	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 II : Identificar los diferentes públicos de la organización						

Unidad Didáctica II Los Públicos	Semana	Contenidos			Estrategia de la enseñanza virtual	Indicadores de logro de la capacidad
		Conceptual	Procedimental	Actitudinal		
	5	Autores Clásicos	Comprende la variedad de autores	Valora la variedad de sus conocimientos	Expositiva (Docente/Alumno) <input type="checkbox"/> Uso del Google Meet	Identifica autores contemporáneos
	6	Clases de públicos	Identifica los públicos a beneficios empresariales	Se interesa por el desarrollo empresarial	Debate dirigido (Discusiones) <input type="checkbox"/> Foros, Chat	Reconoce los principales autores de las teorías relacionistas
	7	Investigación en RR.PP	Emplea las técnica de investigación	Escoge la mejor metodología	Lecturas <input type="checkbox"/> Uso de repositorios digitales	Compara las teorías y las usa
	8	Evaluación de la unidad didáctica	Desarrolla lo aprendido en la unidad didáctica	Asume los roles adquiridos	Lluvia de ideas (Saberes previos) Foros, Chat	Usa todo el proceso y lo ejecuta
		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 : Guiar la interacción entre los miembros de la organización y el departamento de RR.PP						
Departamentos en RR.PP	Semana	Contenidos			Estrategia de la enseñanza virtual	Indicadores de logro de la capacidad
		Conceptual	Procedimental	Actitudinal		
	9	- Responsabilidad Social Corporativa	Comprende a las ONG, Fundaciones, como sistemas operativos	Valora los beneficios de ser responsable corporativamente	Expositiva (Docente/Alumno) <input type="checkbox"/> Uso del Google Meet	Identifica las actividades relacionistas en las empresas
	10	- Campañas Sociales	Identifica las estrategias de campañas sociales	Se interesa por el desarrollo práctico empresarial	Debate dirigido (Discusiones) <input type="checkbox"/> Foros, Chat	Selecciona las empresas según su clasificación
	11	- La opinión Pública	Reconoce a los grupos que se relacionan con	Valora a los grupos de interés y los clasifica	Lecturas <input type="checkbox"/> Uso de repositorios digitales	Identifica los stakeholders y públicos objetivo
12	Evaluación de la unidad didáctica	Desarrolla lo aprendido en la unidad didáctica	Asume los roles adquiridos	Lluvia de ideas (Saberes previos) Foros, Chat	Usa todo el proceso y lo ejecuta	
Unidad Didáctica III :	EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DIDÁCTICA					
	EVIDENCIA DE CONOCIMIENTO		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 IV: Ejecución de planes de Relaciones Públicas	CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDÁCTICA IV : Aplica planes de RR.PP.					
	Semana	Contenidos			Estrategia de la enseñanza virtual	Indicadores de logro de la capacidad
		Conceptual	Procedimental	Actitudinal		
	13	Definición de un plan de RR.PP	Reconoce la importancia de un plan de RR.PP.	Valora la estructura de un plan	Expositiva (Docente/Alumno) <input type="checkbox"/> Uso del Google Meet Debate dirigido (Discusiones) <input type="checkbox"/> Foros, Chat Lecturas <input type="checkbox"/> Uso de repositorios digitales Lluvia de ideas (Saberes previos) Foros, Chat	Selecciona los planes de RR.PP más efectivos
	14	Etapas de un plan	Desarrolla el plan de RR.PP.	Valora las etapas del plan		Compara un plan de RR.PP con un plan de marketing
	15	Presentación del plan de RR.PP.	Aplica la estructura del plan	Valora la estructura del plan		Desarrolla las atapas del plan de RR.PP.
	16	Ejecución de la actividad	Usa las propuestas teóricas desarrolladas en la asignatura	Asume los roles adquiridos		Sustenta todo el proceso y lo ejecuta
	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	

VI. MATERIALES EDUCATIVOS Y OTROS RECURSOS DIDÁCTICOS

Se utilizarán todos los materiales y recursos 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

2. MEDIOS INFORMATIVOS

- Computadora
- Tablet
- Celulares
- Internet

VII. 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.

2. 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 tomo 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.

3. 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)

$$PF = \frac{PM1 + PM2 + PM3 + PM4}{4}$$



VIII. BIBLIOGRAFÍA Y REFERENCIAS WEB

8.1. Fuente Bibliográfica:

UNIDAD DIDACTICA I

1. SOLANO Fleta Luis. 1995. "FUNDAMENTOS DE LAS RELACIONES PÚBLICAS"
EDITORIAL SINTESIS – MADRID.

2. PORTER Michael. 2001. "Ser Competitivos" Editorial Deusto S.A. México.

UNIDAD DIDACTICA II

3. MARTILLA Kathy. 2008. "Los Modelos de Planificación Estratégica en la teoría de las Relaciones Públicas" Editorial UDC Barcelona.

4.- Pereyra Parodi Julio, 2010. "Relaciones Públicas; Fundamentos Praxis y Comunicación Corporativa". Editorial San Marcos. Lima.

UNIDAD DIDÁCTICA III

5. APARECIDA Ferrari María, FRANCO Fabio. 2012. "Gestión de Relaciones Públicas para el éxito de las Organizaciones". USMP Editorial 1era edición. Perú.

UNIDAD DIDÁCTICA IV

6.- ROBERT Carlson, 2002. "Curso de Relaciones Públicas" Editorial Importadores primera edición. Lima.

7.- MARTILLA Kathy. 2008. "Los Modelos de Planificación Estratégica en la teoría de las Relaciones Públicas" Editorial UDC Barcelona.

8.2 Fuentes Electrónicas

Rojas Octavio, (2012). Relaciones Pública: la eficacia de la influencia.

https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=j-8nzu2pGL4C&oi=fnd&pg=PA15&dq=libros+de+relaciones+publicas&ots=DrNJ_EmWrt&sig=LHf9sn6EpCE3uzIF2Jf2KD07TG8#v=onepage&q=libros%20de%20relaciones%20publicas&f=false

Xifra Yordi. (2007). Técnicas de Relaciones Públicas.

<https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=Yd-LGSm41Y4C&oi=fnd&pg=PA9&dq=libros+de+relaciones+publicas&ots=2Dh2awJ2n4&sig=7h7Mq9ESOUg3IHh7HAcazJIM6jE#v=onepage&q=libros%20de%20relaciones%20publicas&f=false>

Aced, Cristina. (2013). Relaciones Públicas 2.0

<https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=F9B92HG2yEsC&oi=fnd&pg=PA15&dq=libros+de+relaciones+publicas&ots=dVWqIMTgM4&sig=uXvnNR1Lo74ZjdzG9L3w04h9MQs#v=onepage&q=libros%20de%20relaciones%20publicas&f=false>

Letang, Jaquie. (2008). Relaciones Públicas; Conceptos, Práctica y Críticas.

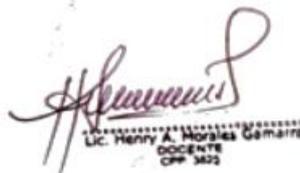
<https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=iD9PG2wG3CkC&oi=fnd&pg=PA301&dq=libros+de+relaciones+publicas&ots=xcoe1nB-mC&sig=4CxUz244CZv6pFVQyAuh4EWuEzw#v=onepage&q=libros%20de%20relaciones%20publicas&f=false>

ARTÍCULO CIENTÍFICO, INVESTIGACIÓN O TESIS

Herramienta de Comunicación Interna en el Banco de Crédito del Perú BCP filial Huacho 2017.
Mamani León Virginia

Nota; Las bibliografías que aparecen en cursiva se encuentran en la biblioteca de la Facultad de CC.SS

Huacho, 01 de Junio del 2020.



Lic. Henry A. Morales Gamboa
DOCENTE
CPF 3622

