



UNIVERSIDAD LIBRE
PROGRAMA DE DERECHO

CONTENIDO PROGRAMÁTICO DE LA ASIGNATURA

NOMBRE DE LA ASIGNATURA	RELACIONES PÚBLICAS		
ÁREA DE LA ASIGNATURA	ELECTIVA		
UBICACIÓN DE LA ASIGNATURA	I, II Y III AÑO		
NIVEL DE FORMACIÓN	POSGRADO		
	PREGRADO		X
	TECNOLÓGICO		
	TÉCNICO		
PERIODICIDAD E INTENSIDAD HORARIA:	CARGA ACADÉMICA	N° DE HORAS	
	SEMANAS	Presencial	2
		Independiente	4
	SEMESTRE (16 semanas)	Presencial	32
		Independiente	64
	TOTAL HORAS	SEMESTRALES	96
N° DE CRÉDITOS ACADÉMICOS:	2		
MODALIDAD:	PRESENCIAL		X
	A DISTANCIA		
	TUTORIADA		
	VIRTUAL		
	ESCENARIOS MÚLTIPLES		
CÁRACTER DE LA ASIGNATURA:	OBLIGATORIA		
	ELECTIVA		X
	OPTATIVA		
TIPO DE ASIGNATURA:	TEÓRICA		
	PRÁCTICA		
	TEÓRICA PRÁCTICA		X
FECHA DE ACTUALIZACIÓN:	FEBRERO DE 2013		

JUSTIFICACIÓN

Los grandes cambios metodológicos han generado nuevos sistemas de comunicación más rápida y efectiva que requieren estrategias avanzadas para establecer y fortalecer vínculos entre personas, empresas y estados a fin de lograr unas mejores relaciones interpersonales.

OBJETIVO GENERAL

Reforzar los conocimientos en torno a las Relaciones Públicas, sus técnicas y estrategias más acordes al momento actual, con el propósito de habilitar a los participantes en el desempeño efectivo y ético de la profesión.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Identificar las variables relativas al contexto ambiental en las Relaciones Públicas.
2. Fomentar y habilitar la comunicación asertiva.
3. Capacitar en solución de problemas y habilidades en la toma de decisiones.
4. Ahondar en el conocimiento de las estrategias, tácticas y procedimientos en el Lobbying como instrumento de comunicación comercial y gestión de negocios.
5. Manejar una imagen corporativa, para el logro de los objetivos organizacionales.
6. Aprender el adecuado manejo de la comunicación para prevenir y enfrentar situaciones de crisis.
7. Reconocer la utilidad y el papel de las Relaciones Públicas en el mundo de hoy.

PLANIFICACIÓN METODOLÓGICA GENERAL

Los estudiantes medirán sus logros individuales de lo vivido, los cambios de actitud gestados en el proceso, resultado de la motivación, estudio y análisis generando un progreso en sus relaciones encaminadas al éxito como la verificación de competencias adquiridas por el estudiantes.

Igualmente se pondera la capacidad de comprensión y análisis en lecturas, su interés y participación activa en el desarrollo del que hacer académico presencial, las habilidades adquiridas a través de los talleres como el cumplimiento en los trabajos autónomos del plan y orientados para el resultado final.

ESTRATEGIAS PEDAGÓGICAS Y MEDIOS EDUCATIVOS

Los estudiantes como sujetos activos del proceso pedagógico y su vinculación con el entorno social de desempeño serán objeto tanto en la actividad y participación en el trabajo académico presencial del estudiante de forma autónoma, incentivándolo a la disciplina del autoaprendizaje; para este efecto se combinará la investigación de temas como lecturas, talleres, vivencias, estudio de casos, los diferentes eventos menores (foros, paneles, mesa redonda, rueda de prensa, conferencias, etc.), películas y demás actividades pedagógicas planteadas por el docente.

COMPETENCIAS A DESARROLLAR POR EL ESTUDIANTE

1. Desarrollar en el Alumno la capacidad de autoaprendizaje en torno al temario que se le propone.
2. Desarrollar en él, de la misma forma la competencia propositiva, argumentativa e interpretativa para implementar estrategias exitosas en la aplicación de sus relaciones interpersonales.

MÓDULOS Y TEMAS

CÓDIGO	MÓDULO O TEMA	OBJETIVO
1.	PRIMERA UNIDAD: PENSAMIENTO DE LAS RELACIONES PUBLICAS	Introducción a las relaciones publicas
1.1	Definición – Funciones – Historia de las Relaciones Públicas.	
1.2	Importancia – dimensiones	
1.3	Tendencias en la actualidad	
1.4	Publicidad –Propaganda y Marketing en las Relaciones Públicas.	
CÓDIGO	MÓDULO O TEMA	OBJETIVO
2	SEGUNDA UNIDAD: COMUNICACIÓN	Las creación de las relaciones públicas como base de la comunicación.
2.1	Cultura corporativa	
2.2	Responsabilidad Social Empresarial	
2.3	Tipos de comunicación organizacional.	
2.4	Comunicación verbal asertiva.	
2.5	Comunicación no verbal asertiva.	
CÓDIGO	MÓDULO O TEMA	OBJETIVO
3.	TERCERA UNIDAD: FRENTE A LOS MEDIOS	Concientizarse que los medios sirven como construcción de las

		relaciones públicas.
3.1	Herramientas de comunicación: Boletín, comunicados de prensa.	
3.2	Planes estratégicos de comunicación.	
3.3	Planes de medios.	
3.4	Entrenamiento de voceros	
CÓDIGO	MÓDULO O TEMA	OBJETIVO
4.	CUARTA UNIDAD: PLAN DE RELACIONES PÚBLICAS E IMAGEN CORPORATIVA	Formar una adecuada imagen corporativa con base en unas buenas relaciones interpersonales.
4.1	Modelos y componentes del plan de Relaciones Públicas.	
4.2	Visión interdisciplinaria de la imagen.	
4.3	Imagen, comunicación e identidad corporativa.	
4.4	Cómo transmitir y mantener una buena imagen corporativa.	
CÓDIGO	MÓDULO O TEMA	OBJETIVO
5.	QUINTA UNIDAD: LAS RELACIONES PÚBLICAS EN SITUACIONES DE CRISIS.	Aprender a superar y prevenir las relaciones públicas en momentos de crisis
5.1	Plan preventivo – Manual de Crisis	
5.2	Relaciones públicas y asuntos públicos.	
5.3	Asuntos públicos y la planeación Estratégica Empresarial	
5.4	Relaciones con el Gobierno, comunidad y medios.	

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

1. BARQUERO CABRERO, José Daniel, El libro de oro de las relaciones públicas, Ed. Gestión, Madrid 2000.
2. BARQUERO CABRERO, José Daniel, Comunicación y relaciones públicas, Ed. Mc Graw Hill, Madrid, 2000.
3. ROJAS ORDUÑA, Octavio Isaac, Relaciones públicas, la eficacia de la influencia, Ed. ESIC, Madrid, 2000.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTARIA

1. CUTLIP Scott, relaciones públicas eficaces, Ed. Gestión, Madrid, 2000.
2. GRUNIG y HUNT, dirección de relaciones públicas, Ed. Gestión, Madrid 2000.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

EVALUACIÓN

EVALUACIÓN	TIPO	PORCENTAJE	SEMANA
1er. (30 %)			
2do. (30%)			
Final (40 %)			

TIPOS: E: escrita; O: oral; X: exposición; T: trabajo, investigación o taller; Q: quiz; P: parcial; e
l: integral 0

FIRMAS

Jefe de Área

Docente