



República Bolivariana de Venezuela
Universidad Bicentaria de Aragua
Vicerrectorado Académico
Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales
Escuela de Comunicación Social



Materia	Semestre	Código	Prelación
RELACIONES PÚBLICAS III	IX	MPR933	MPR833

Unidades de crédito	Obligatoria	Electiva	Densidad horaria		
			Horas Prácticas	Horas Aprendizaje	Horas Totales
03	X		02	02	04

JUSTIFICACIÓN

Lograr la adecuada inserción de las organizaciones en un mundo cada vez más complejo, caracterizado por constantes e importantes cambios, requiere de la aplicación de estrategias comunicacionales dirigidas a captar la buena voluntad de los diferentes públicos que le circundan.

Las Relaciones Públicas Empresariales buscan mantener las adecuadas relaciones de una organización, empresa, holding o colectivo determinado, con sus distintos públicos, para la viabilidad y consecución de unos objetivos previamente fijados, siendo indispensable la utilización de diversas técnicas de Marketing y Empresa, sabiamente combinadas con las de Relaciones Públicas.

La formación de un Comunicador Social requiere de los conocimientos necesarios que les permitan enfrentar con éxito los nuevos retos que en materia de Relaciones Públicas enfrentarán las empresas del presente y del futuro.

OBJETIVO GENERAL

Comprender y aplicar las diferentes técnicas utilizadas en el campo de las Relaciones Públicas empresariales

CONTENIDO

UNIDAD I Relaciones Públicas Empresariales	Las Relaciones Públicas Empresariales: Definición. Función. Orígenes históricos Importancia .Contenido Valor de la información: Lobbyismo y Relaciones Públicas. Auditoría de Relaciones Públicas para conocer la imagen de la organización.
UNIDAD II Proceso de planificación aplicado a las Relaciones Públicas	Planificación Estratégica de la comunicación como base de trabajo para las Relaciones Públicas Empresariales. Actitudes y acciones de los especialistas en Relaciones Públicas en el diseño de estrategias empresariales. Estudio de Relaciones Públicas internas de la empresa como base de trabajo para el éxito de las Relaciones Públicas
UNIDAD III Desarrollo estratégico de las Relaciones Públicas en caso de crisis	Desarrollo estratégico de las Relaciones Públicas Empresariales en casos de crisis ante: Sucesos imprevistos accidentales. sucesos previsibles derivables en crisis coyunturales. El rol de las Relaciones Públicas empresariales en los sucesos imprevistos accidentales. Manual ante una situación de crisis. Tratamiento de la información.
UNIDAD IV Relaciones Públicas frente a sus públicos internos y externos	Relaciones Públicas frente a los públicos internos. El rol de la empresa y las aplicaciones de las Relaciones Públicas Sociales. Prestaciones aportadas al personal interno. Mecenazgo Patrocinio y Sponsoring. Relaciones Públicas frente a los públicos externos. Pacto social. Estado del bienestar
UNIDAD V	Definición del plan programa de Relaciones Públicas Tipos de Organizaciones Relaciones Públicas para organizaciones Gremiales. Relaciones Públicas para Instituciones Financieras. Relaciones públicas para organizaciones no lucrativas. Relaciones Públicas para Religiones y Grupos Religiosos. Relaciones Públicas para Instituciones educativas. Relaciones Públicas para periódicos. Relaciones Públicas


Dr. José Domingo Mora Márquez
 Secretario



República Bolivariana de Venezuela
Universidad Bicentaria de Aragua
Vicerrectorado Académico
Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales
Escuela de Comunicación Social



	Gubernamentales. Relaciones Públicas para Emisoras de Radio y Televisión
--	--

ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

- Disertación del Profesor
- Exposiciones. Demostraciones
- Clase magistral.
- Debate
- Organización de Eventos
- Discusión grupal
- Revisión bibliográfica

ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN

- Examen escrito
- Participación Grupal
- Revisión de Informe
- Solución de Problemas
- Trabajo en equipo
- Organización de Eventos
- Foros
- Revisión de casos prácticos.

REFERENCIAS

- ALARICO G., C. (1995) Gerencia de Eventos Especiales. Caracas: Panapo
- BLACK, S. (1993) ABC de las Relaciones Públicas, Barcelona: Ediciones Gestión 2000 S.A.
- BARQUERO C. (1996) El libro de oro de las Relaciones Públicas. Barcelona: Ediciones Gestión 2000 S.A
- BONILLA G. C. (Reimp. 1997) La comunicación: Función básica de las Relaciones Públicas. México: Trillas.
- CABRERA J. D(1997) Las Relaciones Públicas en la empresa 2da. Ed. Madrid: Serie Flash Acento editorial.
- GONZÁLEZ I. (1997) Protocolo Social. Caracas
- MÁRQUEZ, A. (1997) .Relaciones Públicas. Maracaibo: Universo.
- PIZZOLANTE. (1993) Ingeniería de la Imagen: Caracas: Colección Ayacucho Nro. 4 Escuela de Comunicación Social de la Universidad Católica Andrés Bello.
- PIZZOLANTE, I. (1996) Reingeniería del pensamiento: Identidad e imagen corporativa, una estrategia para crecer. Caracas: Panapo.
- RIOS, J (1990) Relaciones Públicas 3ra. Ed. México: Trillas
- SOLER, P (1997). Estrategia de Comunicación en Publicidad y Relaciones Públicas. Barcelona: Ediciones Gestión 2002. S.A.


Dr. José Domingo Mora Márquez
Secretario