

SYLLABUS DE COMPETENCIAS TÉCNICAS GENERALES

SÍLABO DE RELACIONES PÚBLICAS

I. INFORMACIÓN GENERAL

Carrera Profesional	: Marketing
Módulo	: Desarrollo de Estrategias en Función al Producto y sus Objetivos
Créditos	: 04
Semestre Académico	: IV
N° de Horas Semanal	: 04
N° de Horas Semestral	: 72

II. COMPETENCIA DE LA CARRERA PROFESIONAL

Diseña y elabora un plan de relaciones públicas para empresas de turismo considerando las características idóneas de cada una de ellas.

III. CAPACIDADES TERMINALES Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Capacidad terminal:	Criterios de Evaluación
Valora las herramientas de expresión verbal y corporal para mejorar su comunicación social y laboral en su actividad diaria y promueve el conocimiento de los mismos en su entorno, de acuerdo a los aspectos del desarrollo de la imagen personal.	Formula estrategias de comunicación interna y externa a fin de generar la identidad e imagen corporativa en empresas del sector turismo de acuerdo al análisis situacional de las mismas.
	Establece adecuadamente el protocolo a fin de mantener el orden y respeto por las jerarquías de acuerdo a las diversas actividades institucionales y empresariales del sector turismo.
	Aplica las normas de etiqueta en la mesa a fin de mostrar un adecuado desenvolvimiento tanto social como profesional, respetando la idiosincrasia de los diversos grupos humanos con los que se relaciona.

SYLLABUS DE COMPETENCIAS TÉCNICAS GENERALES

IV. ORGANIZACIÓN DE ACTIVIDADES Y CONTENIDOS BÁSICOS

Unidad 1		Duración en horas	
Visión integral de las relaciones públicas y su importancia dentro del sostenimiento de las organizaciones			16
Resultado de aprendizaje de la unidad	Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de interpretar los aspectos históricos, visión integral y conceptual de las relaciones públicas en el Perú, reconociendo su importancia para el sostenimiento de las organizaciones.		
Ejes temáticos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Evolución histórica de las relaciones públicas. Teoría y práctica de las relaciones públicas en el Perú 2. La declaración de principios de Ivy Lee. Definiciones sobre relaciones públicas de diferentes autores 3. Relaciones públicas y otras disciplinas y su relación con la cultura organizacional. Identidad organizacional, imagen y reputación 4. Funciones de las relaciones públicas 		

Unidad 2		Duración en horas	
El diseño de la planificación (herramientas y tácticas) y su valor para el éxito de los objetivos de la organización			16
Resultado de aprendizaje de la unidad	Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de distinguir las herramientas y tácticas del diseño de la planificación para el logro de los objetivos de una organización.		
Ejes temáticos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Diseño de planificación en relaciones públicas 2. Análisis situacional y planificación estratégica y táctica en las relaciones públicas 3. Herramientas de relaciones públicas: tipos y características 4. Herramientas de comunicación interna y herramientas de comunicación externa 		

Unidad 3		Duración en horas	
Análisis de los eventos negativos de alto impacto, capaces de afectar significativamente a una organización			16
Resultado de aprendizaje de la unidad	Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de evaluar las controversias y crisis (eventos negativos de alto impacto) que afecten a la organización con el fin de la resolución de situaciones negativas en el momento del evento.		
Ejes temáticos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Causas y metodología de la administración de la controversia pública, conflicto y crisis 2. Contextos relacionados a una crisis desde un enfoque sistémico. Impacto de la crisis, aprendizaje y adaptación 3. Gestión de conflictos potenciales o issues management. Metodología para la gestión de conflictos potenciales. Resolución de casos 4. Pasos y procedimientos para enfrentar crisis evitables y crisis inevitables. Prevención y vigilancia. ¿Qué hacer?, ¿qué no hacer?, antes, durante y después 		

SYLLABUS DE COMPETENCIAS TÉCNICAS GENERALES

Unidad 4		Duración en horas	16
Importancia de la ética y el profesionalismo en el ejercicio de las RR. PP.: protocolo, etiqueta laboral y etiqueta en la mesa			
Resultado de aprendizaje de la unidad	Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de diseñar proyectos estratégicos de comunicación pertinentes para el contexto organizacional, aplicando correctamente las reglas del protocolo y ceremonial.		
Ejes temáticos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ética y deontología de las relaciones públicas en base a casos de crisis 2. Orígenes, definiciones, importancia y nuevas tendencias del protocolo, ceremonial y etiqueta 3. Planificación del evento, organización técnica, organización económica y organización interna 4. Ejecución del evento, dirección y detalles 		

V. METODOLOGÍA

Para el desarrollo de las actividades de aprendizaje, se hará uso de la metodología activa.

Los procedimientos Didácticos a emplearse son los siguientes:

- Clases Teóricas: Con exposición por parte del docente y la participación activa del alumno.
- Práctica: Se irán resolviendo casos de estudio empresarial y/o prácticas dirigidas, según el tema teórico tratado.
- Asesoría: Se asesorará la resolución apropiada de los casos de estudio empresarial y/o Prácticas dirigidas.

VI. EVALUACIÓN

- La escala de calificación es vigesimal y el calificativo mínimo aprobatorio es trece (13). En todos los casos la Fracción 0.5 o más se considera como una unidad a favor del estudiante.
- El estudiante que en la evaluación de una o más Capacidades Terminales programadas en la Unidad Didáctica,
- Obtenga nota desaprobatoria entre diez (10) y doce (12), tiene derecho a participar en el proceso de Recuperación programada.
- El estudiante que después de realizado el proceso de recuperación obtuviera nota menor a trece (13), en una o más capacidades terminales de una Unidad Didáctica, desaprueba la misma, por tanto repite la Unidad Didáctica.
- El estudiante que acumulara inasistencias injustificadas en número igual o mayor al 30% del total de horas programadas en la Unidad Didáctica, será desaprobado en forma automática, sin derecho a recuperación.

Obtención del promedio

$$\text{PROM CT} = \frac{\text{CE 1} + \text{CE 2} + \dots + \text{CE n}}{\text{N}}$$

PROM UD = Última Capacidad Terminal

CE = Criterio de Evaluación

CT = Capacidad Terminal

UD = Unidad Didáctica

SYLLABUS DE COMPETENCIAS TÉCNICAS GENERALES

VII. RECURSOS BIBLIOGRÁFICOS / DIGITALES

-Impresos y Digitales
<ul style="list-style-type: none">○ Curtichs, J., Fuentes, M., García, Y., y Toca, A. (2010). Sentido social. Editorial Profit.○ Dalmau, S. (2008). Manual de planificación, organización y promoción de reuniones y eventos. (5.a ed.). Le Cordon Bleu.○ Ferrari, M., y França, F. (2012). Gestión de relaciones públicas para el éxito de las organizaciones. Fondo Editorial de la Universidad de San Martín de Porres.○ Fisher, J. (2001). Cómo organizar convenciones y congresos. Gedisa.○ Fuetterer, S. (2011). Mi comunidad... ¿me quiere o no me quiere?: social media y Web 2.0 para directivos, comunicadores y emprendedores. Best Relations S.A.
-Direcciones URL
<ul style="list-style-type: none">○ Domínguez, S. y Samudio, C. (2012). Guía de protocolo y organización de evento https://bit.ly/2PpcBNi○ Omega Royal Estate (2005). Curso de protocolo. https://bit.ly/2XskKVC

Carabaylo, Agosto del 2017