



# Relaciones Públicas

## Modalidad

En línea.

## Duración

40 horas.

## Objetivo general

Conocer los principios básicos, orígenes y el desarrollo de las Relaciones Públicas, desde el ámbito nacional e internacional, así como las diferentes teorías y áreas que sustentan a esta disciplina. Comprender la importancia de la materia en el desarrollo de la cultura, identidad, imagen, reputación y opinión de los públicos internos y externos, y las organizaciones. Conocer, las bases teóricas-metodológicas para la elaboración de un Plan de relaciones públicas.

## Perfil de ingreso

### Los interesados deberán:

- Tener conocimientos elementales de redacción y ortografía.
- Manejo esencial del lenguaje escrito.
- Capacidad de análisis.
- Hábitos de estudio.
- Se recomienda contar con estudios mínimos de bachillerato.

## Perfil de egreso

Al finalizar el curso, el trabajador será capaz de comprender las nociones y teorías de público y tipos de públicos, reconocer la metodología y los elementos para la elaboración de un Plan de relaciones públicas, con el fin de que pueda aplicar las tecnologías y su uso en las relaciones públicas.



Temario

**Tema 1. Antecedentes y evolución**

- 1.1 Antecedentes históricos y evolución
- 1.2 Definiciones y conceptos

**Tema 2. Opinión pública**

- 2.1 La opinión pública
- 2.2 Los líderes de opinión

**Tema 3. Públicos**

- 3.1 Tipos de públicos
- 3.2 Medios de comunicación

**Tema 4. Gestión de Crisis**

- 4.1 Crisis
- 4.2 Etapas de la crisis
- 4.3 Gestión de crisis

**Tema 5. Ética y Reputación**

- 5.1 Concepto de ética
- 5.2 Ética y RRPP

Evaluación

Componentes de la evaluación	Porcentaje
Prácticas y Cuestionarios	60%
Participación en Foros	30%
Evaluación Final	10%

## Bibliografía

-  Aced, C. (2018). Relaciones públicas 2.0: Cómo gestionar la comunicación corporativa en el entorno digital. UOC
-  Aguilar Villanueva, Luis F. (2017). Una reconstrucción del concepto de opinión pública. *Revista mexicana de opinión pública*, (23), 125-148. Recuperado en 11 de marzo de 2020, de [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2448-49112017000200125&lng=es&tlng=pt](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2448-49112017000200125&lng=es&tlng=pt)
-  Blanco, T. P., & Herrera, J. S. (2017). Nuevas tendencias en comunicación estratégica. *ESIC*, p.p. 197-214.
-  Carreon, R. (27 de febrero de 2020). La opinión pública está de cabeza con las redes sociales. Retrieved from <https://www.merca20.com/la-opinion-publica-esta-de-cabeza-con-las-redes-sociales/>
-  Castillo, A. (2010). Introducción a las relaciones públicas. España: IIRP. [Archivo PDF]. [https://www.uma.es/media/files/libropr\\_1.pdf](https://www.uma.es/media/files/libropr_1.pdf)
-  Escamilla, O. (13 de julio 2018). 5 consejos para la gestión adecuada de una crisis de marca. Recuperado de <https://www.merca20.com/5-consejos-para-la-gestion-de-una-tesis-de-marca/>
-  Esparcia, A. C., & Jesús, F. T. (2015). Protocolo y relaciones públicas.
-  Gómez Nieto, Begoña, y Martínez Domínguez, Rocío. (2016) Los valores éticos en la responsabilidad social corporativa. *Anagramas, -Rumbos y sentidos de la comunicación-*, 14 (28), 33-49. Recuperado el 10 de marzo de 2020, de [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1692-25222016000100002&lng=en&tlng=es](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1692-25222016000100002&lng=en&tlng=es)
-  Maraboto, M. (11 noviembre 2011). Importancia de los públicos en las estrategias de RP • Forbes México. Recuperado de <https://www.forbes.com.mx/importancia-de-los-publicos-en-las-estrategias-de-rp/>
-  S/A. (2018). Cómo hacer un manual de crisis. Pasos y metodología. Recuperado de <http://anagramacomunicacion.com/relaciones-publicas/el-manual-de-tesis/>
-  Pellicer Jordá, María Teresa (2015). 5 razones para una publicidad ética. *Revista de Comunicación de la SEECI*, (38), 301-308. [Fecha de consulta 10 de marzo de 2020]. ISSN: Disponible en <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=5235/523552857009>
-  RAE. Diccionario del español jurídico - RAE. Retrieved from <https://dej.rae.es/lema/opinion-publica>
-  Ramírez, F. (2016). La ética y las relaciones públicas. Recuperado el 10 de marzo 2020, de <https://www.merca20.com/la-etica-y-las-relaciones-publicas/>



-  Ramírez, R., & Estefanía, I. (2016). La gestión de la crisis como recurso de protección de imagen a través de la implementación de un plan de comunicación interno en el área de la construcción. Recuperado de <http://repositorio.ute.edu.ec/handle/123456789/15585>
-  Reyes, V. (2016). Antología entorno de las organizaciones. Unidad 2: El conocimiento del entorno. "El medio ambiente organizacional". México: FCPYS. Recuperado de [http://investigacion.politicas.unam.mx/complejidadycultura/?page\\_id=506](http://investigacion.politicas.unam.mx/complejidadycultura/?page_id=506)
-  Xifra, J. (2015). Historia de las relaciones públicas. Revista Internacional de Relaciones Públicas, Vol. V, N° 10, 1-4. Recuperado el 08 de marzo de 2020, de <http://dx.doi.org/10.5783/RIRP-10-2015-01-01-04>