

POSADAS, 30 de Marzo de 2016

VISTO: Las atribuciones del Consejo Directivo para la aprobación de los Programas de las asignaturas que se dictan en las carreras de la Facultad de Ciencias Económicas, y;

CONSIDERANDO:

QUE el correspondiente proyecto fue elaborado por la docente a cargo de la cátedra de acuerdo a los contenidos mínimos previstos en el Plan de Estudio;

QUE el Departamento de Secretariado aprobó su contenido;

QUE la Comisión de Asuntos Académicos analizó el programa presentado, sugiriendo su aprobación;

QUE el Consejo Directivo en la Primera Sesión Ordinaria de fecha 16 de Marzo de 2016, aprobó por unanimidad, el Programa presentado;

POR ELLO:

**EL CONSEJO DIRECTIVO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE MISIONES
R E S U E L V E**

ARTICULO 1°.- APROBAR el Programa y las Normas de Cátedra de la asignatura "**Relaciones Humanas y Públicas**", correspondiente al 2° Año de la carrera de pregrado Secretariado Ejecutivo Universitario de la Facultad de Ciencias Económicas; Plan de Estudio aprobado por Resolución CS N° 010/14 y Resolución Ministerial N° 1604/15, que se detalla como Anexo de la presente Resolución, presentado por la Docente Responsable de la cátedra Dra. Nilda TAÑSKI.

ARTICULO 2°.- REGÍSTRESE. Comuníquese. Notifíquese a la Dirección de Enseñanza, al Departamento Alumnado y Cumplido. ARCHÍVESE.

baf

RESOLUCION CD N° 010/16

1. **Denominación de la Asignatura**

Relaciones Humanas y Públicas

2. **Carrera**

Secretariado Ejecutivo Universitario

3. **Año**

2016

4. **Profesor responsable**

Titular: TAÑSKI, Nilda Catalina
Asociado: BRONDANY, Nancy N.
JTP: ALVAREZ, Patricia N.

5. **Ubicación de la asignatura
en el Plan de Estudio**

2do. Año

6. **Fundamentación**

El estudio de las Relaciones Humanas y Públicas incursiona en el análisis de las relaciones interpersonales y la opinión pública, a través de la comunicación, esto permite entrar en contacto con las diversas formas de reacción de la comunidad en general, cuando recibe e interpreta los mensajes a través de informaciones que les son transmitidas, para ello los medios de comunicación juegan un papel fundamental, ya sea que transmitan los mensajes en forma selectiva o en forma masiva, a fin de obtener una imagen adecuada de la organización sobre la cual se basa la atención.

En la actualidad el uso de las Relaciones Humanas y Públicas, no está solamente dirigido a las empresas privadas, sino también a las organizaciones en general, todas ellas persiguen transmitir en forma favorable la imagen de la organización.

Por ello la necesidad de incorporar diversos temas actualizados que hacen a la tecnología, la ética y la responsabilidad social, sin dejar de lado el aspecto humano como estudio primordial de la asignatura.

7. **Contenidos mínimos**

UNIDAD 1
INTRODUCCION

UNIDAD 2
LAS RELACIONES HUMANAS

UNIDAD 3
NORMAS DE CONDUCTA

UNIDAD 4
LOS PUBLICOS

UNIDAD 5
COMUNICACION

UNIDAD 6
LAS RELACIONES PÚBLICAS Y LA EMPRESA

UNIDAD 7
LAS RELACIONES PÚBLICAS Y LA TECNOLOGIA

8. **Objetivos generales**

Esta asignatura tiene como objetivo brindar nuevas herramientas para el manejo organizacional a través de las relaciones humanas y públicas, entendiendo que el uso de las mismas necesariamente se refieren al público y a la opinión pública, incorporando para ello las relaciones humanas y las comunicaciones, para que el alumno pueda introducir a sus conocimientos y de esta manera poder aplicarlos a las organizaciones; entre los temas de actualización a abordar se encuentran los referidos a las relaciones humanas y públicas en la ética y la responsabilidad social; las relaciones públicas y su relación con la publicidad y con el marketing; el desenvolvimiento de las personas con relación a la tecnología, la forma de acompañarlo y la incidencia en el público.

• **Objetivos específicos**

- Incorporar nuevas metodologías de aprendizaje a fin de abordar nuevos temas referidos a las relaciones humanas y públicas.
 - Analizar los cambios observados en las organizaciones a través de la incorporación de los nuevos enfoques de las relaciones públicas.
 - Analizar la conducta de los públicos internos y externos.
 - Determinar variables de comportamiento de las organizaciones que incorporen el uso de las relaciones públicas.

- Introducir en el alumno nuevas herramientas de trabajo que permitan integrar a las relaciones públicas como una parte de las estrategias para la toma de decisiones de los integrantes de las organizaciones.

9. **Contenidos**

(en términos de unidades, ejes temáticos o problematizaciones, etc.)

UNIDAD 1 - INTRODUCCIÓN

Naturaleza de las Relaciones Públicas
Evolución de las Relaciones Públicas
Objeto de las Relaciones Públicas
Las Relaciones Públicas y la filosofía, la ciencia y la técnica
La ética y las Relaciones Públicas
Códigos deontológicos. Otros códigos

UNIDAD 2 - LAS RELACIONES HUMANAS

Concepto y características de la disciplina
Individuo. Grupo social
Motivaciones. Necesidades de Maslow
La dignidad humana: Concepto. Derechos naturales
La psicología como ciencia de la conducta humana.
Caracterología: Temperamento, carácter, personalidad
Conflicto: Concepto. Tipos

UNIDAD 3 - NORMAS DE CONDUCTA

Rol y status. Concepto y clasificación
Cultura. Conducta. Comportamiento
Mando. Actitud: Concepto y tipos
Disciplina. Comportamiento de la multitud
Liderazgo: Concepto. Tipos

UNIDAD 4 - LOS PÚBLICOS

Público interno y público externo
Comunicación selectiva y masiva: distintos medios
Publicidad directa: Impresos, folletos, merchandising, etc.
Relaciones con los medios
Diferencias entre las relaciones públicas y la publicidad
Imagen en general e institucional
La opinión pública y la empresa

UNIDAD 5 - COMUNICACION

La comunicación y las relaciones públicas
La comunicación formal e informal: Concepto. Partes
El mensaje: Concepto. Claridad del mensaje. Recepción del mensaje.
Proceso. Comprensión del mensaje. Influencia en las decisiones
La comunicación en tiempos de crisis. La comunicación en situaciones de riesgo. Clasificación de los medios de comunicación: Impresos.

Audiovisuales. Online

UNIDAD 6 - LAS RELACIONES PÚBLICAS Y LA EMPRESA

Las relaciones públicas en el organigrama de la empresa

Las relaciones públicas y el fin económico y social

Beneficios de las relaciones públicas

Las relaciones humanas en el trabajo y la productividad

Protección al consumidor: movimiento en defensa del consumidor

Las relaciones públicas y el medio ambiente: la imagen “verde”

UNIDAD 7 - LAS RELACIONES PÚBLICAS Y LA TECNOLOGIA

Los sistemas tradicionales y la nueva tecnología

La informática. Internet y la World Wide Web

Transmisiones vía satélite. Conferencias on line. Teléfonos celulares, etc.

10. Metodología de trabajo

Se desarrollarán clases áulicas teóricas, donde se facilitarán las herramientas necesarias para que el alumno pueda adquirir la comprensión necesaria para el análisis de los temas desarrollados.

Se contará con el apoyo de herramientas de soporte: videos, cañón de proyección y fundamentalmente el uso de revistas, artículos, información regional de interés que pueda ser utilizada a fin de obtener datos ya relevados.

Con la información y aprendizaje básico obtenido, el alumno realizará representaciones interpretando casos reales.

11. Evaluación

* Está previsto que forme parte del proceso de enseñanza-aprendizaje y no como una instancia independiente.

*Además habrá una **evaluación individual** que se realizará en base a los temas desarrollados en clase, de las intervenciones y aportes efectuados en clase, el desarrollo de casos, la elaboración y exposición de trabajos prácticos.

*La evaluación de la asignatura será mediante la aprobación de una evaluación integral escrita. Y se ajustarán en todos los casos en su totalidad a lo resuelto por las normativas vigentes de la Facultad de Ciencias Económicas-UNaM

12. Condiciones de cursado (promocional)

- 1) Tener aprobadas las materias correlativas que establece el Plan de Estudios.
- 2) Aprobar los trabajos prácticos dados durante el dictado.
- 3) Aprobar dos exámenes parciales, en caso de desaprobación, existe la opción de un recuperatorio.
- 4) Aprobar el trabajo final integrador de la cátedra, rigiéndose para

la aprobación con las calificaciones establecidas en las normativas vigentes de la FCE-UNaM.

13. Bibliografía

- ARCEO VACAS, J. L. (2004), *Las Relaciones Públicas en España*, McGraw-Hill, Madrid
- BARQUERO, J.D. (2001) *Comunicación y Relaciones Públicas*, Mc-Graw-Hill, España.
- BARQUERO CABRERO, José Daniel, (2001) *Relaciones públicas financieras: cómo dirigir una campaña de relaciones públicas con éxito en la empresa*. Editorial Planeta Gestión 2000
- BARQUERO CABRERO, José Daniel (2002), *Comunicación y relaciones públicas, de los orígenes históricos al nuevo enfoque de planificación estratégica*. Editorial McGraw-Hill.
- BARQUERO, José Daniel y BARQUERO, Mario (1996), *El libro de oro de las relaciones públicas: cómo aumentar los beneficios de su empresa a través de las relaciones pública*, Editorial Planeta Gestión 2000. España.
- BARQUERO CABRERO, José Daniel (1999), *Manual de relaciones públicas empresariales e institucionales*, Editorial Planeta Gestión 2000. España.
- BERNAYS, Edgard y BARQUERO, José Daniel (2009), *Relaciones Públicas*. Editorial Furtwangen, Barcelona.
- BLANCO, Lorenzo (2000), *El planeamiento. Práctica de relaciones públicas*. Ugerman Editor, Buenos Aires.
- BONILLA, Carlos. (2004). *Relaciones públicas: factor de competitividad para empresas e instituciones. Guía para directores generales y encargados de la función*. México: Compañía Editorial Continental.
- COLOMBO, Daniel (2004), *Sea su propio jefe de prensa*. Grupo Editorial Norma.
- CUTLIP Scott M. y CENTER Allen H (2001) *Relaciones Públicas Eficaces*, Ed. Gestión 2000.
- DI GÉNOVA, Antonio y DI GÉNOVA, María (2007), *Global pr: un nuevo modelo de relaciones públicas*. Editorial Dunken, Buenos Aires.
- FERNÁNDEZ ESCALANTE, Fernando M. (1999), *Ciencia de la información y relaciones públicas o institucionales*. Ediciones Macchi, Buenos Aires.
- GARCÍA, A. E. (1988), *Relaciones Humanas y Públicas*, Talleres Gráficos Carollo, Buenos Aires.
- GRUNIG James E. y HUNT Todd, (2001) *Dirección de Relaciones Públicas*, Ed. Gestión 2000, SA.
- LATTIMORE, D.; Bassin, O.; Herman, S.; Toth, E. (2008), *Relaciones Públicas*, 2da. Edición Mc.Graw-Hill Interamericana, México.
- MARTÍN MARTÍN, Fernando, *Diccionario de Comunicación Corporativa e Institucional y de Relaciones Públicas*. Fragua, Madrid, 2004.
- MUÑOZ TORRES, María Jesús y otro (2010). *Información y comunicación de la RCS*. Editorial Netbiblo
- PAVIA SANCHEZ, Inmaculada (2012). *UF0517: organización empresarial y de recursos humanos*. IC Editorial
- SEITEL FRASER P., (2002), *Teoría y práctica de las relaciones públicas*. Editorial PEARSON ALHAMBRA, Madrid.
- XIFRA, J. (2003), *Teoría y Estructura de las Relaciones Públicas*, Mc. Graw-Hill, Barcelona.
- _____ (2005) *Planificación Estratégica de las Relaciones Públicas*. Ediciones Paidós Ibérica, S.A., Barcelona (España).
- WILCOX, D.L.; Autt, P.H.; Agee, W.K.; Cameron, G.T., (2001) *Relaciones Públicas*, 6ta. Edición, Pearson Educación, Madrid.
- WILCOX DENNIS L. AGEE WARREN K., AUTT PHILIPS H., CAMERON GLEN T. (2006), *Public Relations Strategies & Tactics*.
- WILCOX, D., et al., (2004), *La Buena reputación. Claves del valor intangible de las empresas*. Relaciones Públicas

WILCOX, Dennis L., CAMERON Glen T., XIFRA Jordi, (2006), *Relaciones Públicas, estrategias y tácticas*. Editorial PEARSON ALHAMBRA, Madrid.