



REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA  
MINISTERIO DEL PODER POPULAR PARA LA EDUCACIÓN UNIVERSITARIA  
**INSTITUTO UNIVERSITARIO DE RELACIONES PÚBLICAS**  
DECRETO PRESIDENCIAL N° 92 DEL 4 DE ABRIL DE 1972 – MIEMBRO INSTITUCIONAL DE LA CONFIARP  
LICENCIATURA: CNU-SP-141/2004 – G.O. N° 37.926 DEL 28 DE ABRIL DE 2004

**DENOMINACIÓN: Introducción a la Gerencia en Relaciones Públicas.**

<b>DENOMINACIÓN:</b> Introducción a la Gerencia en Relaciones Públicas. UCS	<b>SEMESTRE</b> Séptimo	<b>CÓDIGO</b> CE73933	<b>PRELACIÓN</b> N <b>CILO</b> <b>BÁSICO Y</b> <b>PROFESIO</b> <b>NAL</b>	<b>HORAS</b> 3
---	----------------------------	--------------------------	--	-------------------

**COMPONENTE:** Profesional

**PROPÓSITO:** El participante estará en capacidad de conceptualizar y analizar los fundamentos en la función gerencial aplicada a las Relaciones Públicas.

**FUNDAMENTACIÓN:** En la preparación del profesional en Relaciones Públicas para manejar procesos diversos que se establecen en la comunicación y la imagen organizacional, es necesario que el participante maneje principios básicos de la gerencia aplicada a las Relaciones Públicas, para que éste logre desenvolverse de forma eficiente dentro de la organización.

**COMPETENCIAS:**

- Conoce los fundamentos del pensamiento administrativo, aplicado a la organización.
- Planifica eventos relacionados con la administración de grupos de trabajo.
- Reconoce la importancia del control organizacional.
- Integra al personal por medio de técnicas y estrategias de liderazgo y/o trabajo en grupo dentro de la organización.
- Reconoce la organización como una estructura sistemática.

**CONTENIDOS:**

- Fundamentos de la Administración.
- La Planificación.
- La Organización.
- Integración del personal.

- La Dirección (liderazgo y comunicación).
- Control Organizacional.

#### **ESTRATEGIAS:**

- Expositivas presentación de contenidos por parte del docente.
- Presentación de contenidos en equipo por parte de los estudiantes.
- Discusión y análisis de los temas.
- Elaboración de ejercicios en forma de talleres.
- Elaboración de informe final individual.

#### **EVALUACIÓN:**

- Asistencia y Participación.
- Talleres.
- Presentación por equipos.
- Informes

#### **REFERENCIAS**

- Juan Merchán López. Manual de Teorías y Técnicas Magistrales de las Relaciones Publicas. Editado por Fundación amigos del IUDERP.
- Universidad Nacional Abierta. (1.992). Procesos y Estrategias de Solución de Problemas. Curso Introdutoria.
- Ramón V. Melinkoff. (1.990). los Procesos Administrativos. Editorial Panapo.
- Enciclopedia del Managenet. (2002). Editorial, Océano/ Centrum
- Peter F. Drucker. (1.999) Los Desafíos de la Gerencia para el siglo XXI. Grupo Editorial Norma.
- J.J. Rousseau, (1980).Del contrato social. Discursos, “Discursos sobre las ciencias y las artes”, Alianza Editorial, Madrid.
- J. Habermas, Historia y Crítica de la Opinión Pública, Gustavo Gili, Barcelona.
- S. Giner, (1975) Historia del pensamiento social, Ariel, Barcelona.
- N. Maquiavelo, (1980).El Príncipe, Círculo de Lectores, Barcelona.
- R. Rivadería, (1977).Periodismo, Trillas, México,
- H. Heller, (1974). Teoría del Estado, Fondo de Cultura Económica, México.
- Grunig, J., Hunt, T., Dirección de Relaciones Públicas, Gestión 2000, Barcelona.

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.



MINISTERIO DEL PODER POPULAR PARA LA EDUCACIÓN UNIVERSITARIA  
**INSTITUTO UNIVERSITARIO DE RELACIONES PÚBLICAS**  
DECRETO PRESIDENCIAL N° 92 DEL 4 DE ABRIL DE 1972 – MIEMBRO INSTITUCIONAL DE LA CONFIARP  
LICENCIATURA: CNU-SP-141/2004 – G.O. N° 37.926 DEL 28 DE ABRIL DE 2004

**DENOMINACIÓN: Ceremonial y Protocolo**

UCS	SEMESTRE	CÓDIGO	PRELACIÓN	HORAS
3	SÉPTIMO	CE74463	Ciclo Básico y Profesional	3

**COMPONENTE:** Profesional

**PROPÓSITO:** Al culminar la asignatura, el participante empleará de forma correcta y eficiente los modos de operar y los actos solemnes considerando la aplicación de las reglas de ceremonial y protocolo.

**FUNDAMENTACIÓN:** El resultado de la valoración y uso de costumbres en el mundo obliga a que toda organización aplique su propio protocolo interno pasado en la jerarquía de las autoridades que la conducen y guían. Esto le permite desarrollar sus eventos de acuerdo con sus principios que dictan las pautas necesarias y es por ello, la importancia de que el participante maneje de forma correcta el uso del ceremonial y el protocolo.

**COMPETENCIAS:**

- Emplea las normas de ética social dentro del contexto de las organizaciones.
- Aplica el protocolo establecido en la Constitución Nacional y otras Leyes y Disposiciones Legales Venezolanas.
- Conoce sobre la historia de los Símbolos Patrios.
- Conoce Leyes Internacionales de protocolo.

**CONTENIDOS:**

- Etiqueta social.
- El protocolo y las Leyes Venezolanas.
- Historia de los Símbolos Patrios.
- Leyes Internacionales y Protocolo.
- La Convención de Viena.

**ESTRATEGIAS:**

- Expositivas presentación de contenidos por parte del docente.
- Presentación de contenidos en equipo por parte de los estudiantes.
- Discusión y análisis de los temas.
- Elaboración de ejercicios en forma de talleres.
- Elaboración de informe final individual. **EVALUACIÓN:**
- Asistencia y Participación.
- Talleres.
- Presentación por equipos.
- Informes

**REFERENCIAS:**

- Dumas, Robertino, Manual de Etiqueta, Buenos Modales, Educación y Protocolo, Cómo manejarse en Sociedad y en el Mundo de los Negocios. 1era. Edición, Buenos Aires, Continente. 2007.
- Hannington, Ferry, Cómo medir y Gestionar la Reputación de su Empresa. Ediciones Deusto, Barcelona, España, 2006.
- Molina Del Prado, Graciela, Cómo Organizar Eventos. 1era. Edición, Buenos Aires, Longseller, 2008.
- Del Carril, Alicia y Gil Elisa, Cómo Organizar Eventos Exitosos y Fiestas Inolvidables. 1era. Edición, Buenos Aires, Aguilar, Altea, Taurus, Alfaguara, 2008.
- Guerrero Lobo, J. G. El Ceremonial y Protocolo en Venezuela. Ediciones Arauco, Caracas, Venezuela.

REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA  
MINISTERIO DEL PODER POPULAR PARA LA EDUCACIÓN UNIVERSITARIA  
**INSTITUTO UNIVERSITARIO DE RELACIONES PÚBLICAS**  
DECRETO PRESIDENCIAL N° 92 DEL 4 DE ABRIL DE 1972 – MIEMBRO INSTITUCIONAL DE LA CONFIARP  
LICENCIATURA: CNU-SP-141/2004 – G.O. N° 37.926 DEL 28 DE ABRIL DE 2004

**DENOMINACIÓN: Introducción al Derecho Laboral**

<b>DENOMINACIÓN:</b> <b>Introducción al Derecho Laboral UCS</b>	<b>SEMESTRE</b>	<b>CÓDIGO</b>	<b>PRELACIÓN</b>	<b>HORAS</b>
<b>2</b>	<b>SÉPTIMO</b>	<b>CE74353</b>	<b>Ciclo Básico y Profesional</b>	<b>2</b>

**COMPONENTE:** Profesional

**PROPÓSITO:** Al culminar la asignatura el participante adquirirá conocimientos básicos acerca del Derecho Laboral, individual y colectivo.

**FUNDAMENTACIÓN:** El conocimiento de las Leyes posibilita y facilitan la convivencia humana y pacífica, es por ello la importancia de que el estudiante conozca acerca del Derecho Laboral para que dentro de su desempeño se realice desde la justicia y la equidad promoviendo el bien común dentro de la organización.

**COMPETENCIAS:**

- Adquiere conocimientos básicos acerca del Derecho Laboral, individual y colectivo, aplicados en las organizaciones.
- Maneja los conceptos más importantes del Derecho Laboral, aplicados en el ámbito organizacional.
- Comprende la importancia y la utilidad del Derecho Laboral aplicados en las organizaciones.

**CONTENIDOS:**

- El Derecho Laboral, individual y colectivo.
- El Contrato de Trabajo y sus relaciones.
- El Salario.
- Régimen Legal de descanso.
- La Estabilidad laboral.
- Culminación de las relaciones laborales.
- Infortunios de trabajo.
- Los Gremios.

**ESTRATEGIAS:**

- Expositivas presentación de contenidos por parte del docente.
- Presentación de contenidos en equipo por parte de los estudiantes.
- Discusión y análisis de los temas.

- Elaboración de ejercicios en forma de talleres.
- Elaboración de informe final individual. .

**EVALUACIÓN:**

- Asistencia y Participación.
- Talleres.
- Presentación por equipos.
- Informes

**REFERENCIAS**

- Constitución de la República Bolivariana de Venezuela
- Ley Orgánica Procesal del Trabajo
- Ley Orgánica del Trabajo
- Ley del Amparo Sobre Garantías y Derecho Constitucional
- Henríquez La Roche, Ricardo. (2004) El Nuevo Proceso Laboral Venezolano: Edit. Liber.

REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA  
MINISTERIO DEL PODER POPULAR PARA LA EDUCACIÓN UNIVERSITARIA  
**INSTITUTO UNIVERSITARIO DE RELACIONES PÚBLICAS**  
DECRETO PRESIDENCIAL N° 92 DEL 4 DE ABRIL DE 1972 – MIEMBRO INSTITUCIONAL DE LA CONFIARP  
LICENCIATURA: CNU-SP-141/2004 – G.O. N° 37.926 DEL 28 DE ABRIL DE 2004

**DENOMINACIÓN: Diseño de Estrategias Comunicacionales.**

<b>DENOMINACIÓN: Diseño de Estrategias Comunicacionales. UCS</b>	<b>SEMESTRE</b>	<b>CÓDIGO</b>	<b>PRELACIÓN</b>	<b>HORAS</b>
<b>4</b>	<b>SEPTIMO</b>	<b>CE74164</b>	<b>Ciclo Básico y Profesional</b>	<b>3</b>

**COMPONENTE:** Profesional.

**PROPÓSITO:** Al culminar la asignatura el participante estará en capacidad de concebir y diseñar estrategias comunicacionales.

**FUNDAMENTACIÓN:** El estudiante adquirirá conocimientos teóricos necesarios para identificar estrategias, diferenciarlas de objetivos tácticos comunicacionales, las destrezas intelectuales para elaborar líneas generales de orientación de la acción relacionístico apoyándose en las asignaturas Relaciones Públicas I, II, III y IV, comunicación en Relaciones Públicas y social.

**COMPETENCIAS:**

- Genera sistemas efectivos de comunicación gerencial dentro del contexto organizacional.
- Previene los conflictos interhumanos entre los públicos, grupos sociales y organizacionales.
- Implementa planes de acción y/o comunicación ajustados a la realidad comunicacional, de la organización.
- Aporta soluciones eficientes ante situaciones de crisis en las comunicaciones, desestabilizadoras de la organización.

**CONTENIDOS:**

- Conceptos de estrategias y tácticas comunicacional.
- Planificación, desarrollo ejecución de acciones comunicacionales.
- Técnicas de comunicación.
- Estructuración de planes de acción y comunicación.
- Auditoría de riesgos comunicacionales.

**ESTRATEGIAS:**

- Expositivas presentación de contenidos por parte del docente.
- Presentación de contenidos en equipo por parte de los estudiantes.
- Discusión y análisis de los temas.
- Elaboración de ejercicios en forma de talleres.
- Elaboración de informe final individual.

**EVALUACIÓN:**

- Asistencia y Participación.
- Talleres.
- Presentación por equipos.
- Informes

**REFERENCIAS**

- Lerner, P. (2005). La Arquitectura de la Información como estrategia comunicacional
- Ronda León, R. (2005). La Arquitectura de la Información y las Ciencias de la Información
- Ronda León, R. (2008). Arquitectura de Información: análisis histórico-conceptual



REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA  
MINISTERIO DEL PODER POPULAR PARA LA EDUCACIÓN UNIVERSITARIA  
**INSTITUTO UNIVERSITARIO DE RELACIONES PÚBLICAS**  
DECRETO PRESIDENCIAL N° 92 DEL 4 DE ABRIL DE 1972 – MIEMBRO INSTITUCIONAL DE LA CONFIARP  
LICENCIATURA: CNU-SP-141/2004 – G.O. N° 37.926 DEL 28 DE ABRIL DE 2004

**DENOMINACIÓN: Teoría del Comportamiento Organizacional.**

<b>DENOMINACIÓN: Teoría del Comportamiento Organizacional. UCS</b>	<b>SEMESTRE</b>	<b>CÓDIGO</b>	<b>PRELACIÓN</b>	<b>HORAS</b>
<b>4</b>	<b>SEPTIMO</b>	<b>CE74044</b>	<b>Ciclo Básico y Profesional</b>	<b>3</b>

**COMPONENTE:** Profesional

**PROPÓSITO:** Al concluir la presente unidad curricular, los participantes estarán en capacidad de manejar habilidades conceptuales y analíticas para comprender el comportamiento individual y grupal en el desempeño organizacional.

**FUNDAMENTACIÓN:** Se fundamenta en la necesidad de que los futuros relacionistas se especialicen en una de las bases fundamentales de las Relaciones Públicas “el conocimiento de la organización” y el comportamiento de los individuos y grupos, en tal sentido, la asignatura los orientará hacia la investigación de la conducta de los individuos, grupos y estructuras sobre el comportamiento organizacional como un todo estructurado.

**COMPETENCIAS:**

- Maneja los conceptos básicos referentes a investigación de la conducta de los individuos, grupos y estructuras relacionadas con el comportamiento organizacional.
- Reconoce el sentido y alcance de los elementos intervinientes en el desarrollo organizacional.
- Aplica algunos modelos de comportamiento organizacional.
- Conduce procesos individuales, grupales, dentro del contexto organizacional.
- Establece las relaciones de autoridad y poder.
- Dirige procesos que conducen al cambio organizacional por medio de estrategias establecidas producto de un diagnóstico.
- Reconoce el papel del gerente de Relaciones Públicas en el comportamiento organizacional

**CONTENIDOS:**

- El comportamiento organizacional como disciplina administrativa.
- Modelos de comportamiento organizacional.
- La investigación de la conducta en individuos y grupos dentro de la organización.
- Autoridad y poder.
- El cambio organizacional.
- Negociación y conflicto.
- El gerente en las Relaciones Públicas y la organización.

**ESTRATEGIAS:**

- Expositivas presentación de contenidos por parte del docente.
- Presentación de contenidos en equipo por parte de los estudiantes.
- Discusión y análisis de los temas.
- Elaboración de ejercicios en forma de talleres.
- Elaboración de informe final individual.

**EVALUACIÓN:**

- Asistencia y Participación.
- Talleres.
- Presentación por equipos.
- Informes

**REFERENCIAS**

- Robbins y otros (2005). Comportamiento organizacional: conceptos, controversias y aplicaciones / México: Prentice-Hall Hispanoamericana.
- Keith Davis El comportamiento humano en el trabajo /
- Gordon J Comportamiento organizacional / ; traducción, Pilar Mascaro Sacristán.
- Corona de Contin. México: McGraw-Hill
- Hernández S Administración de personal: organización, contratación y remuneración del trabajo / Sergio Jorge Hernández y Rodríguez
- Fernández, J y Otros. Productividad del factor humano. México: Ed. Alethia

REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA  
MINISTERIO DEL PODER POPULAR PARA LA EDUCACIÓN UNIVERSITARIA  
**INSTITUTO UNIVERSITARIO DE RELACIONES PÚBLICAS**  
DECRETO PRESIDENCIAL N° 92 DEL 4 DE ABRIL DE 1972 – MIEMBRO INSTITUCIONAL DE LA CONFIARP  
LICENCIATURA: CNU-SP-141/2004 – G.O. N° 37.926 DEL 28 DE ABRIL DE 2004

**DENOMINACIÓN: Historia de la Cultura I**

<b>DENOMINACIÓN:</b> <b>Historia de la Cultura I</b> <b>UCS</b>	<b>SEMESTRE</b>	<b>CODIGO</b>	<b>PRELACIÓN</b>	<b>HORAS</b>
<b>3</b>	<b>SÉPTIMO</b>	<b>Ce74253</b>	<b>Ciclo Básico y Profesional</b>	<b>3</b>

**COMPONENTE:** Formativo

**PROPÓSITO:** El propósito de la asignatura es suministrar información básica para que el estudiante pueda realizar análisis de los diversos hechos sociales y culturales ocurridos a nivel mundial y en los cuales han tenido relevancia las relaciones públicas.

**FUNDAMENTACIÓN:** El Estudio de la Historia como ciencia, así como las demás disciplinas sociales nos debe conducir a redescubrir nuestros orígenes, nuestra característica única de humanidad, nuestra capacidad de generar cultura y transmitirla, comunicarla por una serie de manifestaciones alternativas como la escritura, la arquitectura, la música y la religión, nos debe permitir aprender del pasado y soñar con un presente y un futuro mejor.

En cuanto a la construcción del conocimiento, se hace necesario concienciar al estudiante de los distintos intereses que motivan a las partes, emplear distintos métodos para llegar a la meta y sustentarla la prácticas de las diversas actividades presentes en la organización con variedades técnicas tan importantes en uso cotidiano del relacionista.

**COMPETENCIAS:**

- Identifica los hechos relevantes de la historia del mundo en el cual están inmersas las Relaciones Públicas
- Adquiere conocimientos sobre la cultura en el mundo en las etapas de antes y después de Cristo en las cuales se observa actividades relacionístico.
- Identifica el papel de las Relaciones Públicas en cada uno de los procesos históricos en el cual han estado presentes

**CONTENIDO:**

- La Prehistoria
- Edad Antigua: Grandes civilizaciones, nacimientos de las religiones organizadas
- Edad Media: movimientos migratorios significativos
- Edad Moderna
- Edad Contemporánea

**ESTRATEGIAS:**

- Clases expositivas
- Búsqueda de información sobre el tema abordado
- Talleres presenciales en equipos
- Prácticas sobre el contenido teórico
- Debates con la información asignada

**EVALUACIÓN:**

- Pruebas Cortas
- Elaboración de mapas mentales
- Elaboración de mapas conceptuales
- Elaboración de presentaciones gráficas a través del uso del video
- Elaboración de informes escritos

**REFERENCIAS**

- Meyer Jean, LA GRAN CONTROVERSIA. Edit. Tusquetes 2007
- FergusonNiall. LA GUERRA DEL MUNDO. Edit. Debate 2007
- Chiaramonte J., PENSAMIENTO DE LA ILUSTRACION. Biblioteca Ayacucho
- Haugen P. HISTORIA DEL MUNDO. Serie para Dummies
- Literaturas latinoamericanas: Echeverri, Sarmiento, Rubén Darío, José Enrique Rodó, Jorge Luis Borges, otros.

REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA  
MINISTERIO DEL PODER POPULAR PARA LA EDUCACIÓN UNIVERSITARIA  
**INSTITUTO UNIVERSITARIO DE RELACIONES PÚBLICAS**  
DECRETO PRESIDENCIAL N° 92 DEL 4 DE ABRIL DE 1972 – MIEMBRO INSTITUCIONAL DE LA CONFIARP  
LICENCIATURA: CNU-SP-141/2004 – G.O. N° 37.926 DEL 28 DE ABRIL DE 2004

**DENOMINACIÓN: Historia de la Cultura II**

<b>DENOMINACIÓN:</b> Historia de la Cultura II UCS	<b>SEMESTRE</b>	<b>CODIGO</b>	<b>PRELACIÓN</b>	<b>HORAS</b>
<b>3</b>	<b>OCTAVO</b>	<b>CE84853</b>	<b>CE74253</b>	<b>3</b>

**COMPONENTE:** Formativo

**PROPÓSITO:**

Integrar los procesos históricos relevantes que modificaron o cambiaron a Venezuela en materia cultural con el papel de las Relaciones Públicas que estuvieron presentes.

**FUNDAMENTACIÓN:**

Historia de la Cultural II está referida a los cambios culturales en Venezuela desde el período colonial hasta el momento, lo que le permite al estudiante reforzar conocimientos adquiridos como parte de su crecimiento profesional y personal

**COMPETENCIAS:**

- Identifica y comprende los distintos cambios que ha sufrido la cultura en Venezuela
- Expresa opiniones críticas sobre el desarrollo de la Educación en Venezuela
- Explica la importancia de las Relaciones Públicas como medio de difusión de la cultura en el país

**CONTENIDO:**

- La Cultura Colonial en Venezuela: Laica y Religiosa
- Actividades artísticas en la colonia
- La Independencia de Venezuela representada a través de la Pintura, Arquitectura y letras
- La Cultura en Venezuela a partir de 1830, República
- Desarrollo de la Educación en Venezuela desde la colonia hasta nuestros días
- La cultura en Venezuela siglo XX y XXI

**ESTRATEGIAS:**

- Clases expositivas
- Búsqueda de información sobre el tema abordado
- Talleres presenciales en equipos
- Prácticas sobre el contenido teórico
- Debates con la información asignada

**EVALUACIÓN:**

- Pruebas Cortas
- Elaboración de mapas mentales
- Elaboración de mapas conceptuales
- Elaboración de presentaciones gráficas a través del uso del video
- Elaboración de informes escritos

**REFERENCIAS**

- Weidmann Karl. ESTA ES VENEZUELA. Fundación Venezuela en Positivo
- Atlas Básico de Venezuela. Grupo editorial Carnero

REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA  
MINISTERIO DEL PODER POPULAR PARA LA EDUCACIÓN UNIVERSITARIA  
**INSTITUTO UNIVERSITARIO DE RELACIONES PÚBLICAS**  
DECRETO PRESIDENCIAL N° 92 DEL 4 DE ABRIL DE 1972 – MIEMBRO INSTITUCIONAL DE LA CONFIARP  
LICENCIATURA: CNU-SP-141/2004 – G.O. N° 37.926 DEL 28 DE ABRIL DE 2004

**DENOMINACIÓN: Programación Presupuestaria en Relaciones Públicas**

<b>DENOMINACIÓN:</b> Programación Presupuestaria en Relaciones Públicas UCS	<b>SEMESTRE</b>	<b>CÓDIGO</b>	<b>PRELACIÓN</b>	<b>HORAS</b>
<b>4</b>	<b>OCTAVO</b>	<b>CE84764</b>	<b>CD32433</b>	<b>3</b>

**COMPONENTE:** Profesional

**PROPÓSITO:** Que el participante adquiera habilidades y destrezas en la elaboración de presupuestos relacionados con los planes de acción / comunicación que le permitan alcanzar las metas propuestas en la programación relacionista gerenciando desde la realidad organizacional.

**FUNDAMENTACIÓN:** Esta asignatura se concibe y se diseña para que el estudiante adquiera herramientas que les permitan desenvolverse en escenarios multivariados; dónde sea necesario determinar presupuestos.

**COMPETENCIAS:**

- Elabora presupuestos cónsonos con los planes de acción / comunicación dentro de las organizaciones.
- Fija los costos reales de sus acciones programáticas incluyendo los recursos financieros que le son asignados por la organizacional.

**CONTENIDOS:**

- Conceptos de presupuestos.
- Presupuestos en las Relaciones Públicas.
- Estrategias para programar presupuestos efectivos.

**ESTRATEGIAS:**

- Expositivas presentación de contenidos por parte del docente.
- Presentación de contenidos en equipo por parte de los estudiantes.
- Discusión y análisis de los temas.
- Elaboración de ejercicios en forma de talleres.
- Elaboración de informe final individual.

**EVALUACIÓN:**

- Asistencia y Participación.
- Talleres.
- Presentación por equipos.
- Informes

## REFERENCIAS

- Merchán López.J. Manual de Teorías y Técnicas Magistrales de las Relaciones Publicas. Editado por Fundación amigos de IUDERP.
- Universidad Nacional Abierta. (1.992). Procesos y Estrategias de Solución de Problemas. Curso Introdutoria.
- Melinkoff R. (1.990). los Procesos Administrativos. Editorial Panapo.
- Enciclopedia del Managenet. (2002). Editorial, Océano/ Centrum
- Peter F. Drucker. (1.999) Los Desafios de la Gerencia para el siglo XXI. Grupo Editorial Norma.
- J.J. Rousseau, (1980).Del contrato social. Discursos, “Discursos sobre las ciencias y las artes”, Alianza Editorial, Madrid.
- J. Habermas, Historia y Crítica de la Opinión Pública, Gustavo Gili, Barcelona.
- S. Giner, (1975) Historia del pensamiento social, Ariel, Barcelona.
- N. Maquiavelo, (1980).El Príncipe, Círculo de Lectores, Barcelona.
- R.Rivadería , (1977).Periodismo, Trillas, México,
- H. Heller, (1974). Teoría del Estado, Fondo de Cultura Económica, México.
- Grunig, J., Hunt, T., Dirección de Relaciones Públicas, Gestión 2000, Barcelona.
- Bonilla, C. (2004). Relaciones públicas: factor de competitividad para empresas e instituciones. Guía para directores generales y encargados de la función. México: Compañía Editorial Continental.



REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA  
MINISTERIO DEL PODER POPULAR PARA LA EDUCACIÓN UNIVERSITARIA  
**INSTITUTO UNIVERSITARIO DE RELACIONES PÚBLICAS**  
DECRETO PRESIDENCIAL N° 92 DEL 4 DE ABRIL DE 1972 – MIEMBRO INSTITUCIONAL DE LA CONFIARP  
LICENCIATURA: CNU-SP-141/2004 – G.O. N° 37.926 DEL 28 DE ABRIL DE 2004

**DENOMINACIÓN: Sistema de Información Gerencial**

<b>DENOMINACIÓN:</b> Sistema de Información Gerencial UCS	<b>SEMESTRE</b>	<b>CÓDIGO</b>	<b>PRELACIÓN</b>	<b>HORAS</b>
<b>4</b>	<b>OCTAVO</b>	<b>CE84664</b>	<b>CE73933</b> <b>CE74044</b>	<b>3</b>

**COMPONENTE:** Profesional

**PROPÓSITO:** Al culminar la unidad curricular, los participantes estarán en capacidad de concebir y diseñar sistemas de información orientados hacia las decisiones de la administración.

**FUNDAMENTACIÓN:** Se fundamenta en la necesidad de darle al futuro profesional de las Relaciones Públicas la posibilidad de desarrollarse de manera adecuada en las diferentes formas de comunicación de idónea, aplicando instrumentos comunicacionales que le permitirán desenvolverse de manera efectiva en la función gerencial.

**COMPETENCIAS:**

- Diseñar sistemas de información orientados hacia las decisiones y la administración requiera planear, controlar y evaluar dentro de la organización.
- Integrar los subsistemas de información, tanto financieros como no financieros con el objeto de contribuir al eficaz desempeño de la función gerencial.
- Analiza los mecanismos planeados y sistemáticos de la información dentro de la organización.

**CONTENIDOS:**

- Diseños de sistemas de información y sus subsistemas.
- La administración, planificación, el control y la evaluación de las actividades de la organización.
- Subsistemas financieros y no financieros.
- Los mecanismos de planeación y sistematización de la información.

**ESTRATEGIAS:**

- Expositivas presentación de contenidos por parte del docente.
- Presentación de contenidos en equipo por parte de los estudiantes.
- Discusión y análisis de los temas.
- Elaboración de ejercicios en forma de talleres.
- Elaboración de informe final individual.

## **EVALUACIÓN:**

- Asistencia y Participación.
- Talleres.
- Presentación por equipos.
- Informes

## **REFERENCIAS**

- BARREIRO, A. (2006.) La contabilidad: memoria tecnológica de la empresa. Revista Científica de UCES. Vol. 10. No. 2. Argentina. pp. 80-89. Fuente: <http://www.uces.edu.ar/>
- OBREGON , C (2005) ¿Cómo medir la Gestión Empresarial? Revista M&M. No. 49. Colombia. Fuente: [www.revista-mm.com/rev49/administracion\\_A.pdf](http://www.revista-mm.com/rev49/administracion_A.pdf)
- O'KEAN ALONSO, J (2003) La función empresarial ante la nueva economía. Boletín económico de Andalucía N° 33-34. pp. 185-190.
- RASTROLLO H. y CASTILLO A (2004). Nuevas TIC y Estructura Organizativa: de la burocracia vertical a la empresa red. Dirección y organización: Revista de dirección, organización y administración de empresas. N° 30. pp. 134-144. Fuente: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=876906>
- PRIETO, A y MARTINEZ M (2004). Sistemas de Información en las organizaciones: una alternativa para mejorar la productividad gerencial en las pequeñas y medianas empresas. Revista de Ciencias Sociales. Vol. 10. No. 2. pp. 322-337.
- URRUTIA, A ( 2000). Comunicación en la empresa. Importancia de la información interna en la empresa. Revista Latina de Comunicación Social. Vol. 3. No. 27. Fuente: [http://redalyc/uaemex.mx](http://redalyc.uaemex.mx)

REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA  
MINISTERIO DEL PODER POPULAR PARA LA EDUCACIÓN UNIVERSITARIA  
**INSTITUTO UNIVERSITARIO DE RELACIONES PÚBLICAS**  
DECRETO PRESIDENCIAL N° 92 DEL 4 DE ABRIL DE 1972 – MIEMBRO INSTITUCIONAL DE LA CONFIARP  
LICENCIATURA: CNU-SP-141/2004 – G.O. N° 37.926 DEL 28 DE ABRIL DE 2004

**DENOMINACIÓN: Administración de Recursos Humanos**

<b>DENOMINACIÓN:</b> Administración de Recursos Humanos UCS	<b>SEMESTRE</b>	<b>CÓDIGO</b>	<b>PRELACIÓN</b>	<b>HORAS</b>
<b>3</b>	<b>OCTAVO</b>	<b>CE85053</b>	<b>CB32333</b> <b>CB42854</b> <b>CP43043</b>	<b>3</b>

**COMPONENTE:** Profesional

**PROPÓSITO:** Que el participante adquiera conocimientos acerca de la administración de recursos humanos, en el desempeño de su función gerencial, analizar y comprender las diferencias y similitudes entre administración de recursos humanos y las Relaciones Públicas, asimismo, describir y explicar diferentes métodos de administración de recursos humanos y su incidencia en la programación relacionístico.

**FUNDAMENTACIÓN:** La justificación de la presente unidad curricular, tiene sus bases en la importancia de que los cursantes reconozcan el manejo adecuado de los recursos humanos en el desempeño de su función gerencial, analizar y comprender las diferencias y similitudes entre administración de recursos humanos y Relaciones Públicas, asimismo, describir y explicar los diferentes métodos de administración de recursos humanos y la incidencia de ellos en la programación relacionístico.

**COMPETENCIAS:**

- Reconoce la importancia del manejo adecuado de los recursos humanos en el desempeño de su función gerencial.
- Analiza y comprende las diferencias y similitudes entre administración de recursos humanos y Relaciones Públicas.
- Describe y explica los diferentes métodos de administración de recursos humanos y la incidencia de ellos en la programación relacionístico.

**CONTENIDOS:**

- Evolución de la administración de recursos humanos.
- La función de los recursos humanos en organizaciones de diversos tamaños.
- Factores ambientales que afectan la administración de Recursos Humanos.
- Administración de recursos humanos y Relaciones Públicas, iguales escenarios, diferentes marcos teóricos conceptuales, métodos, técnicas, procedimientos y recursos.

**ESTRATEGIAS:**

- Expositivas presentación de contenidos por parte del docente.

- Presentación de contenidos en equipo por parte de los estudiantes.
- Discusión y análisis de los temas.
- Elaboración de ejercicios en forma de talleres.
- Elaboración de informe final individual.

**EVALUACIÓN:**

- Asistencia y Participación.
- Talleres.
- Presentación por equipos.
- Informes

**REFERENCIAS:**

- Díez, J.; Redondo, C.; Barreiro, B.; López, Á. (2002) Administración de Empresas. Dirigir en la Sociedad del Conocimiento. Ediciones Pirámide.
  
- Bateman, T.S. y Snell, S.A. (2005) Administración. Un Nuevo Panorama Competitivo. McGraw-Hill Interamericana.
  
- Koontz, H.; Weihrich, H. (2004) Administración. Una Perspectiva Global. 12° edición. McGraw-Hill Interamericana.
  
- Robbins, S.P. y Coulter, M. (2005) Administración. 8° edición. Pearson Educación.
  
- Herrscher, E. ; Bush, T.; Ackoff, R. y otros (2003) Pensamiento Sistémico: Cambiar el Cambio o Cambiar el Camino. Buenos Aires: Granica.
  
- Milanese, R. (2008) Coaching Estratégico: Cómo Transformar Los Límites en Recursos. 1° edición. Editorial Herder, S.A.
  
- Ribeiro, L.(2.000). Comunicación Eficaz Editorial Urano. España.

REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA  
MINISTERIO DEL PODER POPULAR PARA LA EDUCACIÓN UNIVERSITARIA  
**INSTITUTO UNIVERSITARIO DE RELACIONES PÚBLICAS**  
DECRETO PRESIDENCIAL N° 92 DEL 4 DE ABRIL DE 1972 – MIEMBRO INSTITUCIONAL DE LA CONFIARP  
LICENCIATURA: CNU-SP-141/2004 – G.O. N° 37.926 DEL 28 DE ABRIL DE 2004

**DENOMINACIÓN: Técnicas de Negociación.**

<b>DENOMINACIÓN:</b> Técnicas de Negociación. UCS	<b>SEMESTRE</b>	<b>CÓDIGO</b>	<b>PRELACIÓN</b>	<b>HORAS</b>
3	OCTAVO	CE85153	CE74233 CB42854 CP43043	3

**COMPONENTE:** Profesional

**PROPÓSITO:** El estudiante luego de dominar conceptos, técnicas relacionadas con la negociación, logrará reconocer el conflicto y sus deferentes tipos, pondrá en práctica los principios y bases para una negociación exitosa, así como las técnicas y herramientas, estilo y estrategias de negociación, en su rol como profesional negociador de las Relaciones Públicas, dentro del contexto organizacional.

**FUNDAMENTACIÓN:** La justificación de la presente unidad curricular, parte de la importancia del conocimiento por parte del Licenciado en Relaciones Públicas, en relación a la identificación de conflictos en su contexto laboral relacionístico, diferenciar los tipos de conflictos, conocer y aplicar las técnicas de negociación en situaciones específicas, que respondan a la resolución de conflictos.

**COMPETENCIAS:**

- Identifica la presencia de conflictos en su contexto laboral relacionístico.
- Diferencia los tipos de conflicto que puedan presentarse en la organización.
- Conoce las diferentes técnicas de negociación aplicables en área organizacional.
- Aplica las técnicas de negociación en situaciones específicas a fin de resolver conflictos dentro de la organización.

**CONTENIDOS:**

- El conflicto. Definición. Tipos.
- La negociación. Definición. Elementos. Tipos.
- Principios y bases para la negociación exitosa.
- Técnicas y herramientas de negociación.
- Estilos y estrategias de negociación.
- El profesional de las Relaciones Públicas como negociador.

**ESTRATEGIAS:**

- Expositivas presentación de contenidos por parte del docente.
- Presentación de contenidos en equipo por parte de los estudiantes.

- Discusión y análisis de los temas.
- Elaboración de ejercicios en forma de talleres.
- Elaboración de informe final individual.

**EVALUACIÓN:** Asistencia y Participación.

- Talleres.
- Presentación por equipos.
- Informes

**REFERENCIAS**

Albrecht, Karl G( 1-994). **CÓMO NEGOCIAR CON ÉXITO: EL MÉTODO DE AVANZADA PARA CONSTRUIR TRATOS JUSTOS PARA TODOS.** Buenos Aires: Granica/Vergara, 303p. (BF637.N4A39E).

Altschul, Carlos.(1-992) **TODOS GANAN: CLAVES PARA LA NEGOCIACIÓN ESTRATÉGICA EN LOS ÁMBITOS PERSONAL Y LABORAL.** / Carlos Altschul, Enrique Fernández Longo. Buenos Aires: Paidós, 198p. (BF637.N4A4).

Bazerman, Max H(1.993). **LA NEGOCIACIÓN RACIONAL EN UN MUNDO IRRACIONAL.** / Max H. Bazerman, Margaret A. Neale. Barcelona: Ediciones Paidós, 265p. (BF637.N4B3E).

Criqui, Pierre Louis.(1.991) **CÓMO LLEGAR A SER UN MAESTRO DE LA NEGOCIACIÓN: UN NUEVO ENFOQUE DE LA PERSUASIÓN.** / Pierre Louis Criqui y Eric Matarasso. Buenos Aires: Granica, .189p. (BF637.N4C7).

Fischer, Roger, William. Ury and Bruce Patton (1.995).Si... ¡De Acuerdo!, Grupo Editorial Norma, Bogotá, Colombia.

REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA  
MINISTERIO DEL PODER POPULAR PARA LA EDUCACIÓN UNIVERSITARIA  
**INSTITUTO UNIVERSITARIO DE RELACIONES PÚBLICAS**  
DECRETO PRESIDENCIAL N° 92 DEL 4 DE ABRIL DE 1972 – MIEMBRO INSTITUCIONAL DE LA CONFIARP  
LICENCIATURA: CNU-SP-141/2004 – G.O. N° 37.926 DEL 28 DE ABRIL DE 2004

**DENOMINACIÓN: Organización Administrativa.**

<b>DENOMINACIÓN:</b> <b>Organización</b> <b>Administrativa. UCS</b>	<b>SEMESTRE</b>	<b>CÓDIGO</b>	<b>PRELACIÓN</b>	<b>HORAS</b>
<b>4</b>	<b>OCTAVO</b>	<b>CE84544</b>	<b>CE73933</b> <b>CE74044</b>	<b>3</b>

**COMPONENTE:** Profesional.

**PROPÓSITO:** El presente programa tiene por finalidad que el estudiante adquiera capacidades administrativas dirigidas a organizar desde el punto de vista de la administración los diversos procesos inherentes a la organización.

**FUNDAMENTACIÓN:** En la actualidad el profesional de las Relaciones Públicas es responsable en la aplicación y manejo de las diversas políticas de la organización en materia de procesos administrativos y de comunicación, lo que requiere que éste posea habilidades y destrezas en la organización de la administración mejorando los recursos que tiene a su alcance fortaleciendo a la Institución.

**COMPETENCIAS:**

- Aplica los principios fundamentales del campo organizacional en el desempeño de sus funciones.
- Analiza los principios que rigen la organización administrativa.
- Reconoce la importancia de la organización administrativa aplicada al campo relacionístico.
- Maneja instrumentos metodológicos de la administración y su organización.
- Estudia los procesos de administración aplicados a la organización.
- Conoce sobre las nuevas concepciones de la administración y la organización aplicada a las instituciones u organizaciones.

**CONTENIDOS:**

- La organización como sistema.
- Sistemas y procedimientos administrativos.
- Instrumentos metodológicos de la administración.
- El estudio de los procesos de la administración.
- La administración y las nuevas concepciones.
- Importancia de la organización administrativa aplicada al campo relacionístico.

**ESTRATEGIAS:**

- Expositivas presentación de contenidos por parte del docente.



- Presentación de contenidos en equipo por parte de los estudiantes.
- Discusión y análisis de los temas.
- Elaboración de ejercicios en forma de talleres.
- Elaboración de informe final individual.

**EVALUACIÓN:**

- Asistencia y Participación.
- Talleres.
- Presentación por equipos.
- Informes

**REFERENCIAS**

- ROBBINS, Stephen y DE CENZO, David.(1.996) Fundamentos de administración, concepto y aplicaciones. México.
- TERRY, George y FLANKLIN, Stephen.(1.999)Principios de administración. Editorial Continental. México,
- MELINKOFF, Ramón.(1.990) Los procesos administrativos. Editorial Panapo. Caracas,
- ROBBINS, Stephen y COULTER, Mary (1.996). Administración. Quinta edición. México, 1
- STONER, James; FREEMAN, R y GILBERT, D.(1.996)Administración. Sexta Edición. México,

REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA  
MINISTERIO DEL PODER POPULAR PARA LA EDUCACIÓN UNIVERSITARIA  
**INSTITUTO UNIVERSITARIO DE RELACIONES PÚBLICAS**  
DECRETO PRESIDENCIAL N° 92 DEL 4 DE ABRIL DE 1972 – MIEMBRO INSTITUCIONAL DE LA CONFIARP  
LICENCIATURA: CNU-SP-141/2004 – G.O. N° 37.926 DEL 28 DE ABRIL DE 2004

**DENOMINACIÓN: Psicología aplicada a las Relaciones Públicas**

<b>DENOMINACIÓN:</b> <b>Psicología aplicada a las Relaciones Públicas UCS</b>	<b>SEMESTRE</b>	<b>CODIGO</b>	<b>PRELACIÓN</b>	<b>HORAS</b>
<b>3</b>	<b>OCTAVO</b>	<b>CE84933</b>	<b>CE74233</b> <b>CE84833</b>	<b>5</b>

**COMPONENTE:** Profesional.

**PROPÓSITO:** El presente programa tiene por finalidad proporcionar al estudiante de Relaciones Públicas elementos aplicados a la dinámica psicológica útiles al abordar la realidad de los miembros de la organización tanto externos como internos, mediante un lenguaje que le permita apropiarse de la realidad social, partiendo del conocimiento de la pluralidad individual y social.

**FUNDAMENTACIÓN:** La asignatura se fundamenta en los conocimientos científicos necesarios para comprender, interpretar, analizar y explicar el comportamiento humano; además proporciona conocimientos para que el estudiante entre en contacto con las habilidades básicas para evaluar e intervenir en el ámbito individual y social, con el fin de mejorar el hecho relacional de los directivos y empleados de la organización.

El enfoque se fundamenta en la sinergia individuo-organización, supuestos teóricos los cuales advierten que la gestión de personas dentro del mundo de las organizaciones, debe atender a factores muy diversos, donde los de mayor importancia quizás sean la capacidad de empatía y visión de conjunto, grandes dotes de liderazgo, capacidad de comunicación e iniciativa.

**COMPETENCIAS**

- Identifica los elementos teóricos de la Psicología que contribuyen en la función de Relaciones Públicas en las Organizaciones
- Reconoce en los procedimientos de administración del talento humano la utilización eficiente del hecho comunicacional/relacional.
- Describe los principales métodos de investigación utilizados por la organización en el ámbito de la Psicología y su repercusión en las tareas relacionistas.
- Toma en cuenta que la vida de una organización depende de las vivencias del quehacer de las relaciones públicas en el ámbito de sus competencias
- Promueve la gestión del talento humano dentro del ámbito de las organizaciones.

- Desarrolla comprensión de las dimensiones individuales y sociales en situaciones relacionadas con la organización, para que el análisis e intervención relacionista sea pertinente.
- Convince al público a seguir determinadas líneas de conductas sin dejar a un lado la lógica dentro de los contextos organizacionales

**CONTENIDO:**

- La sinergia RRPP y psicología en la empresa
- El Aprendizaje de acuerdo a la Teoría General de Integración de los Sistemas Sociales.
- La Teoría Cuántica de la Física explica el aprendizaje.
- Aprendizaje significativo.
- Aprendizaje y cambio.
- El fenómeno social y personal del cambio organizacional.
- Análisis del puesto.
- Características de tarea y comportamiento
- Marco de competencias.
- Benchmarking.
- Reclutamiento y selección, procesos humanos.
- Etapa estelar del aspirante. El entrevistador y sus objetivos humanos.
- El relacionista en la selección.
- Desarrollo y capacitación. El sentido individual, organizacional y sensible de los procesos.
- El potencial de los equipos laborales para fomentar la gestión del talento humano.
- El perfil de competencias y los equipos.
- Evaluación del desempeño. Objetivos individuales.
- Como enfrentar las debilidades en base a las fortalezas individuales.
- Finalidad humana del la evaluación.
- Manejo del estrés en la organización.
- Estrés positivo, distrés. Salud organizacional. Ejercicios y prácticas adecuadas en las relaciones humanas.
- El relacionista promotor de la tolerancia en el cambio.

**ESTRATEGIAS:**

- Trabajos en equipo.
- Pruebas objetivas
- Estudios de casos
- Manejo de situaciones
- Exposiciones.

**EVALUACIÓN:**

- Talleres de discusión en base estudio de casos (en parejas)

- Exposición acompañada de ejercicio práctico ilustrativo.
- Trabajo escrito tipo ensayo
- Exámenes.

### **REFERENCIAS**

- Osca, A. (2004) *Práctica de Psicología del trabajo y las organizaciones*. Editorial Sanz y Torres. Madrid.
- Alcover, C. y Gil, F. (2003) *Organizaciones y comportamiento organizacional*.
- Hodge et all. (2003) *Teoría de la Organización, un enfoque estratégico*. Editorial Prentice Hall. Madrid.
- Martínez Mendoza, S. (2007). En torno a la investigación en relaciones públicas.
- Revista Latina de Comunicación Social, 62. Recuperado el 5 de ENERO de 2009 de: [http://www.ull.es/publicaciones/latina/200708Martinez\\_S.htm](http://www.ull.es/publicaciones/latina/200708Martinez_S.htm).
- Fischer, G.N.; *Campos de intervención n Psicología Social*.
- Huici, Carmen et al. *Métodos, Técnicas y Aplicaciones*.
- Ibáñez, T (2001) *Psicología Social Construccionista*. Guadalajara, México: Universidad de Guadalajara.

REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA  
MINISTERIO DEL PODER POPULAR PARA LA EDUCACIÓN UNIVERSITARIA  
**INSTITUTO UNIVERSITARIO DE RELACIONES PÚBLICAS**  
DECRETO PRESIDENCIAL N° 92 DEL 4 DE ABRIL DE 1972 – MIEMBRO INSTITUCIONAL DE LA CONFIARP  
LICENCIATURA: CNU-SP-141/2004 – G.O. N° 37.926 DEL 28 DE ABRIL DE 2004

**DENOMINACIÓN: Seminario de Memoria De Grado**

<b>DENOMINACIÓN:</b> Seminario de Memoria De Grado UCS	<b>SEMESTRE</b>	<b>CODIGO</b>	<b>PRELACIÓN</b>	<b>HORAS</b>
<b>3</b>	<b>NOVENO</b>	<b>CE95253</b>		<b>5</b>

**COMPONENTE:** Profesional

**PROPÓSITO:** Internalizar en el estudiante la necesidad de conocer y manejar la metodología científica y/o sistematizada que contribuirá a asentar los conocimientos y aplicarlos a una realidad que permitirá solventar problemas con mira a la búsqueda de soluciones en el campo laboral

**FUNDAMENTACIÓN:** El profesional de las Relaciones Públicas debe ser una persona integral aplicando los conocimientos adquiridos en la búsqueda de soluciones a problemas presentados, es por ello la importancia de la adquisición de las herramientas necesarias para la elaboración de proyectos factibles de aplicación a la organización pública o privada.

**COMPETENCIAS:**

- Demuestra poseer hábitos para el análisis crítico
- Logra la presentación de informes con precisión, coherencia y claridad
- Logra establecer relaciones lógicas con los elementos conceptuales investigados y la realidad en la que se desenvuelve
- Desarrolla habilidades para el uso de términos y expresiones de fácil comprensión para el cabal entendimiento de la acción de las Relaciones Públicas

**CONTENIDO:**

- Modelos de investigación documental, de campo, proyectos factibles y especiales
- Aplicación de las normas UPEL
- Normas de elaboración de: Monografías, manuales, programas, proyectos y Elaboración de trabajo de grado.

**ESTRATEGIAS:**

- Clases expositivas
- Búsqueda de información sobre el tema abordado
- Talleres presenciales en equipos
- Prácticas sobre el contenido teórico
- Debates con la información asignada

**EVALUACIÓN:**

- Elaboración de producciones escritas
- Informes escritos
- Presentación oral

**REFERENCIAS**

- Manual de Trabajo de Grado de Especialización y Maestría y Tesis Doctorales. UPEL 2008
- Arias Fidas (2007). El Proyecto de Investigación.
- Ramírez Tulio.(2007) Cómo hacer un Proyecto de Investigación.
- Morales Víctor (2.006). Mejores Técnicas de Estudio.
- Carrera L., Vázquez M.(2.008) Técnicas de Trabajo de Investigación.

REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA  
MINISTERIO DEL PODER POPULAR PARA LA EDUCACIÓN UNIVERSITARIA  
**INSTITUTO UNIVERSITARIO DE RELACIONES PÚBLICAS**  
DECRETO PRESIDENCIAL N° 92 DEL 4 DE ABRIL DE 1972 – MIEMBRO INSTITUCIONAL DE LA CONFIARP  
LICENCIATURA: CNU-SP-141/2004 – G.O. N° 37.926 DEL 28 DE ABRIL DE 2004

**DENOMINACIÓN: Investigación aplicada a la Gerencia de Relaciones Públicas**

<b>DENOMINACIÓN:</b> Investigación aplicada a la Gerencia de Relaciones Públicas UCS	<b>SEMESTRE</b>	<b>CÓDIGO</b>	<b>PRELACIÓN</b>	<b>HORAS</b>
3	NOVENO	CE95444	CB10933 CP42943	3

**COMPONENTE:** Profesional.

**PROPÓSITO:** El estudiante estará en capacidad de aplicar técnicas de investigación en el ámbito de la organización con la finalidad de concebir y diseñar políticas relacionístico que respondan a los objetos establecidos por Instituciones públicas y / o privadas.

**FUNDAMENTACIÓN:** Esta asignatura se sustenta en las materias de técnicas de estudio e investigación, metodología de investigación y seminario del trabajo especial de grado, correspondientes al Ciclo Básico y Profesional. Con esta nueva asignatura, se pretende alcanzar una mayor profundidad en las habilidades y destrezas en los diversos procesos de investigación que surgen dentro de la organización dando respuesta a la dinámica social tan cambiante y reconociendo a la investigación como la forma de alcanzar un mejor acoplamiento de las políticas y de las operaciones de una organización.

**COMPETENCIAS:**

- Promueve la investigación dentro de las organizaciones como proceso inherente de las Relaciones Públicas.
- Establece la importancia de la medición de opinión en las Relaciones Públicas.
- Detecta necesidades a través del trabajo de campo empleado como herramienta de los problemas relacionístico dentro de la organización.
- Aplica instrumentos para la medición de la opinión pública como método de diagnóstico dentro de las organizaciones.
- Maneja grupos de discusión empleando técnicas de identificación de actitudes y motivaciones de la opinión pública.

**CONTENIDOS:**

- La investigación en el proceso de las Relaciones Públicas.
- La medición de opiniones en las Relaciones Públicas.
- La detección de necesidades en las Relaciones Públicas.
- Los grupos de discusión (técnicas).



**ESTRATEGIAS:**

- Expositivas presentación de contenidos por parte del docente.
- Presentación de contenidos en equipo por parte de los estudiantes.
- Discusión y análisis de los temas.
- Elaboración de ejercicios en forma de talleres.
- Elaboración de informe final individual.

**EVALUACIÓN:**

- Asistencia y Participación.
- Talleres.
- Presentación por equipos.
- Informes

**REFERENCIAS:**

- Juan Merchán López. Manual de Teorías y Técnicas Magistrales de las Relaciones Publicas. Editado por Fundación amigos del IUDERP.
- Universidad Nacional Abierta. (1.992). Procesos y Estrategias de Solución de Problemas. Curso Introductoria.
- Ramón V. Melinkoff. (1.990). los Procesos Administrativos. Editorial Panapo.
- Enciclopedia del Managenet. (2002). Editorial, Océano/ Centrum
- Peter F. Drucker. (1.999) Los Desafíos de la Gerencia para el siglo XXI. Grupo Editorial Norma.
- J.J. Rousseau, (1980).Del contrato social. Discursos, “Discursos sobre las ciencias y las artes”, Alianza Editoria, Madrid.
- J. Habermas, Historia y Crítica de la Opinión Pública, Gustavo Gili, Barcelona.
- S. Giner, (1975) Historia del pensamiento social, Ariel, Barcelona.
- N. Maquiavelo, (1980).El Príncipe, Círculo de Lectores, Barcelona.
- R.Rivadería , (1977).Periodismo, Trillas, México,
- H. Heller, (1974). Teoría del Estado, Fondo de Cultura Económica, México.
- Grunig, J., Hunt, T., Dirección de Relaciones Públicas, Gestión 2000, Barcelona.
- 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.

REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA  
MINISTERIO DEL PODER POPULAR PARA LA EDUCACIÓN UNIVERSITARIA  
**INSTITUTO UNIVERSITARIO DE RELACIONES PÚBLICAS**  
DECRETO PRESIDENCIAL N° 92 DEL 4 DE ABRIL DE 1972 – MIEMBRO INSTITUCIONAL DE LA CONFIARP  
LICENCIATURA: CNU-SP-141/2004 – G.O. N° 37.926 DEL 28 DE ABRIL DE 2004

**DENOMINACIÓN: Sistema de Administración de Recursos Materiales.**

<b>DENOMINACIÓN:</b> Sistema de Administración de Recursos Materiales. UCS	<b>SEMESTRE</b>	<b>CÓDIGO</b>	<b>PRELACIÓN</b>	<b>HORAS</b>
<b>4</b>	<b>NOVENO</b>	<b>CE95344</b>	<b>CB32433</b> <b>CP42943</b> <b>CP43043</b>	<b>3</b>

**COMPONENTE:** Profesional

**PROPÓSITO:** Que el participante adquiera conocimientos y habilidades en el correcto manejo de bienes pertenecientes a las organizaciones donde se perfilará como gerente aplicando técnicas de administración de forma eficaz, aprovechando al máximo los recursos materiales.

**FUNDAMENTACIÓN:** La presente unidad curricular se sustenta en los aprendizajes de las asignaturas precedentes tales como: costos y presupuesto, organización y métodos y relaciones industriales, con las cuales se persigue que el participante desarrolle habilidades y destrezas propias de estas áreas de conocimiento y las consolide finalmente a través de la administración de recursos materiales, ya que en la actualidad, el mundo de los negocios ocupe un lugar muy importante en la aplicación de los procedimientos administrativos, los recursos humanos, materiales y financieros de las organizaciones.

**COMPETENCIAS:**

- Aplica políticas que rigen la administración de los recursos (humanos, materiales y financieros) dentro de la organización.
- Maneja técnicas de supervisión y control como instrumentos de la administración eficaz dentro de las organizaciones.
- Conceptualiza la función gerencial del relacionista como elemento de enlace entre la administración y la dirección de la organización.
- Establece la importancia de la administración de recursos humanos como herramienta de las Relaciones Públicas aplicada a la organización.

**CONTENIDOS:**

- Las políticas que sigue la administración de los recursos.
- Técnicas de supervisión y control de los recursos.
- La administración de recursos como herramientas de las relaciones públicas.
- La función gerencial del relacionista.

**ESTRATEGIAS:**

- Expositivas presentación de contenidos por parte del docente.
- Presentación de contenidos en equipo por parte de los estudiantes.
- Discusión y análisis de los temas.
- Elaboración de ejercicios en forma de talleres.
- Elaboración de informe final individual.

**EVALUACIÓN:**

- Asistencia y Participación.
- Talleres.
- Presentación por equipos.
- Informes

**REFERENCIAS:**

- ROBBINS, Stephen y DE CENZO, David (1.996). Fundamentos de administración, concepto y aplicaciones. México,
- TERRY, George y FLANKLIN, Stephen.(1.999) Principios de administración. Editorial Continental. México,
- MELINKOFF, Ramón (1990) Los procesos administrativos. Editorial Panapo. Caracas,
- ROBBINS, Stephen y COULTER, Mary.(1.996)Administración. Quinta edición. México,
- STONER, James; FREEMAN, R y GILBERT, D.(1.996)Administración. Sexta Edición. México,

REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA  
MINISTERIO DEL PODER POPULAR PARA LA EDUCACIÓN UNIVERSITARIA  
**INSTITUTO UNIVERSITARIO DE RELACIONES PÚBLICAS**  
DECRETO PRESIDENCIAL N° 92 DEL 4 DE ABRIL DE 1972 – MIEMBRO INSTITUCIONAL DE LA CONFIARP  
LICENCIATURA: CNU-SP-141/2004 – G.O. N° 37.926 DEL 28 DE ABRIL DE 2004

**DENOMINACIÓN: Planificación Estratégica**

<b>DENOMINACIÓN: Planificación Estratégica UCS</b>	<b>SEMESTRE</b>	<b>CÓDIGO</b>	<b>PRELACIÓN</b>	<b>HORAS</b>
<b>4</b>	<b>NOVENO</b>	<b>CE105844</b>	<b>CB32554 CP43154 CP53554</b>	<b>4</b>

**COMPONENTE:** Profesional

**PROPÓSITO:** El estudiante estará en capacidad de reconocer el papel de la planificación estratégica como elemento del proceso gerencial e identificar sus diferentes fases de desarrollo, así como manejar herramientas para determinar organizaciones desde el punto de vista estratégico, además de diseñar estrategias para una organización en especial; reconocer la importancia de la evaluación en la planificación estratégica como instrumento de medición de la gestión organizacional, diferenciar los diferentes tipos de índices de gestión que pueden ser utilizados en la planificación estratégica.

**FUNDAMENTACIÓN:** La justificación de la presente unidad curricular obedece a proveer al estudiante los instrumentos necesarios que le permitan analizar el papel de la planificación como base de proceso gerencial, su comprensión y alcance, desarrollar destrezas para formular tanto objetivos como estrategias, tomando en cuenta recursos internos y externos que les sirven a la organización de apoyo y al profesional para ejercer acorde su función gerencial.

**COMPETENCIAS:**

- Reconoce la importancia del papel de la planificación estratégica como elemento del proceso gerencial en el ámbito organizacional.
- Identifica las diferentes fases de desarrollo de la planificación estratégica.
- Maneja herramientas para determinar organizaciones, estratégicamente hablando.
- Diseñar estrategias para una organización individual.
- Reconoce la importancia de la evaluación en la planificación estratégica como herramienta de medición de la gestión organizacional.
- Identifica los diferentes tipos de índices de gestión a utilizar en la planificación estratégica.

**CONTENIDOS:**

- La planificación estratégica.
- El diagnóstico estratégico.
- Formulación de estrategias.
- Planificación estratégica funcional y operativa.
- Evaluación de la planificación estratégica.

**ESTRATEGIAS:**

- Expositivas presentación de contenidos por parte del docente.
- Presentación de contenidos en equipo por parte de los estudiantes.
- Discusión y análisis de los temas.
- Elaboración de ejercicios en forma de talleres.
- Elaboración de informe final individual.

**EVALUACIÓN:**

- Asistencia y Participación.
- Talleres.
- Presentación por equipos.
- Informes

**REFERENCIAS:**

- BAIDABA. Calila y Dimna. Trad. Antonio ChalitaSefair. Ed. Panamericano. Santafé de Bogotá. 1995.
- SUN TZU.(1990) El arte de la guerra. Ed. Kier. Buenos Aires. .
- DAVID, Fred.(1993)La gerencia estratégica. Ed.Legis. Santafé de Bogotá.
- SALLENAVE, Jean-Paúl.(1:998) Gerencia y planeación estratégica, Bogotá: Grupo Editorial Norma,
- KOTLER, Philip y BLOOM, Paul.(2.000)Mercadeo de servicios profesionales. Ed. Legis. Santafé de Bogotá. .
- KOONTZ, Harold y WEIHRICH, Heinz.(1.999) Administración: Una perspectiva global. Mc Graw Hill. México D.F. .

REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA  
MINISTERIO DEL PODER POPULAR PARA LA EDUCACIÓN UNIVERSITARIA  
**INSTITUTO UNIVERSITARIO DE RELACIONES PÚBLICAS**  
DECRETO PRESIDENCIAL N° 92 DEL 4 DE ABRIL DE 1972 – MIEMBRO INSTITUCIONAL DE LA CONFIARP  
LICENCIATURA: CNU-SP-141/2004 – G.O. N° 37.926 DEL 28 DE ABRIL DE 2004

**DENOMINACIÓN: Publicidad y Mercadeo**

<b>DENOMINACIÓN:</b> <b>Publicidad y Mercadeo</b> <b>UCS</b>	<b>SEMESTRE</b>	<b>CÓDIGO</b>	<b>PRELACIÓN</b>	<b>HORAS</b>
<b>3</b>	<b>NOVENO</b>	<b>CE95453</b>	<b>CP53354</b>	<b>5</b>

**COMPONENTE:** Profesional

**PROPÓSITO:** Ofrecer al estudiante de Relaciones Públicas los conocimientos, herramientas y estrategias comunicacionales propios de las disciplinas de Publicidad y Mercadeo que le permitirán potenciar los planes de Relaciones Públicas que debe producir para las organizaciones.

**FUNDAMENTACIÓN:** La realidad de las organizaciones exige a los profesionales de las Relaciones Públicas conocimientos y competencias en sus áreas de desempeño que garanticen la supervivencia de la organización en un entorno cambiante y altamente competitivo.

Los planes estratégicos de las organizaciones buscan integrar modelos gerenciales alineados con la realidad actual y obligan a una acción sinérgica entre las distintas disciplinas que integran el campo de la Comunicación Social.

En este contexto, es fundamental que el profesional de las Relaciones Públicas disponga de las fortalezas que le permitan abordar este contexto organizacional, dotado de las herramientas necesarias para garantizar el éxito de su gestión y el de la organización en la que presta sus servicios.

**COMPETENCIAS:**

- Desarrolla una visión integral de la Publicidad entendiendo su utilidad en el contexto de la Relaciones Públicas.
- Aplica estrategias propias del mundo de la Publicidad en la acción de Relaciones Públicas.
- Diseña campañas de imagen corporativas destinadas al mejoramiento de las organizaciones.
- Evalúa campañas de Imagen Corporativa de las diversas organizaciones.
- Valora la importancia del conocimiento de la Publicidad y Mercadeo para el ejercicio profesional de las Relaciones Públicas.

**CONTENIDO:**

- Conceptos Básicos: Comunicación. Publicidad. Mercadeo. Propaganda. Relaciones Públicas.
- Evolución histórica de la Publicidad en el mundo y en Venezuela.
- Legislación publicitaria en Venezuela.

- Elementos de la Publicidad: Anunciantes. Medios. Agencias. Consumidores.
- Publicidad y Mezcla de Mercadeo. Producto. Consumidor. Mercado
- Posicionamiento y Segmentación de mercado.
- El proceso creativo y la campaña de publicidad.
- Mercadeo social y Responsabilidad Social Empresarial.
- Rol de la Publicidad en las Relaciones Públicas

**ESTRATEGIAS:**

- Exposiciones de contenido del profesor.
- Discusiones y análisis de casos.
- Trabajos de Investigación.
- Ejercicios en forma de Talleres.
- Lecturas dirigidas de contenidos teóricos

**EVALUACIÓN:**

- Trabajo de Investigación (equipo)
- Examen Parcial
- Elaboración de informes
- Actividades de análisis dentro y fuera de aula
- Participación en clases
- Pruebas objetivas

**REFERENCIAS:**

- KOTLER, Philip. Fundamentos de Mercadotecnia
- STANTON, William. Mercadotecnia
- Guías de casos y material de apoyo a ser suministrado por la Profesora.
- KOTABE Helsen. (2000) “Marketing Gobal”. Ediciones Noriega Limusa.
- KOTLER Philip. (1996) “Fundamentos de Mercadotecnia”. Prentice Hall.
- KOTLER Philip. (1999) “Dirección de Mercadotecnia”. Prentice Hall.
- KOTLER Philip (2000) “Marketing Total”. Prentice Hall.
- PRICE, Christopher (2991) “Los Conquistadores de Internet. Prentice Hall.
- STANTON, Joseph. (1998) “Fundamentos de Mercadeo”. Mc. Graw Hill
- ESPEJO, Jorge y FISHER, Laura (2004) “Mercadotecnia”. Ediciones Mc Graw Hill.

- HILL, Charles (2002) “Negocios Internacionales”. Ediciones McGraw Hill.
- JANAL, Daniel (2000) “Marketing en Internet”. Ediciones Prentice Hall.



REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA  
MINISTERIO DEL PODER POPULAR PARA LA EDUCACIÓN UNIVERSITARIA  
**INSTITUTO UNIVERSITARIO DE RELACIONES PÚBLICAS**  
DECRETO PRESIDENCIAL N° 92 DEL 4 DE ABRIL DE 1972 – MIEMBRO INSTITUCIONAL DE LA CONFIARP  
LICENCIATURA: CNU-SP-141/2004 – G.O. N° 37.926 DEL 28 DE ABRIL DE 2004

**DENOMINACIÓN: Relaciones Públicas Internacionales.**

<b>DENOMINACIÓN:</b> Relaciones Públicas Internacionales. UCS	<b>SEMESTRE</b>	<b>CÓDIGO</b>	<b>PRELACIÓN</b>	<b>HORAS</b>
<b>3</b>	<b>NOVENO</b>	<b>CE74044</b>		<b>6</b>

**TIPO DE CURSO:** Teórico

**COMPONENTE:** Profesional

**PROPÓSITO:** La asignatura tiene por finalidad que los participantes aprendan y desarrollen conocimientos relativos al proceso de Relaciones Públicas que se establecen con países y a través de los organismos internacionales, debido a que en su ejercicio profesional se enfrentarán a situaciones de carácter internacional.

**FUNDAMENTACIÓN:** Esta actividad se corresponde con la función que practican las organizaciones en el nivel internacional; por lo tanto es necesario tener los conocimientos que derivan de este tipo de relaciones. El profesional de las Relaciones Públicas debe conocer las características de los países vinculados a su país de origen, especialmente las relativas a los aspectos políticos, sociales, económicos y culturales, así como las reglas y disposiciones que rigen en los organismos internacionales, con base en esta información podrá desarrollar las teorías y las técnicas propias del relacionismo.

**COMPETENCIAS:**

- Investiga y analiza la situación de las Relaciones Públicas en los países vinculados con la organización de origen.
- Planifica actividades que se conducirán en el nivel internacional.
- Aplica las referencias culturales y protocolares requeridas.
- Utiliza las técnicas de relación y comunicación que sean necesarias directamente con los países relacionados o a través de los mecanismos diplomáticos.

**CONTENIDOS:**

- Propósitos y características de las Relaciones Públicas Internacionales.
- Globalización y multiculturalidad.
- Diseño y perfil del entorno internacional desde la visión de Relaciones públicas.
- Factores de vinculación comunicacional entre países: tecnología, lenguaje y protocolo.
- Proyección de la imagen país a través de Relaciones Públicas.
- Relaciones Públicas y los organismos internacionales.

### **ESTRATEGIAS:**

- Expositivas presentación de contenidos por parte del docente.
- Presentación de contenidos en equipo por parte de los estudiantes.
- Discusión y análisis de los temas.
- Elaboración de ejercicios en forma de talleres.
- Elaboración de informe final individual.

### **EVALUACION:**

- Asistencia y Participación.
- Talleres.
- Presentación por equipos.
- Informes
- Pruebas

### **REFERENCIAS**

- Barquero, D. y Pérez, R. (2007) **Dirección Estratégica de Relaciones Públicas**. Madrid. Furtwangen.
- Black, S (1993) **ABC de las Relaciones Públicas**. España: Gestión 2000
- García, T (2001) **El cómo y el por qué de las Relaciones Públicas en Cuba**. La Habana: Academia.
- Barquero, D y Barquero, M (2003) **Manual de Relaciones Públicas, Comunicación y Publicidad**. España: Gestión 2000.

REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA  
MINISTERIO DEL PODER POPULAR PARA LA EDUCACIÓN UNIVERSITARIA  
**INSTITUTO UNIVERSITARIO DE RELACIONES PÚBLICAS**  
DECRETO PRESIDENCIAL N° 92 DEL 4 DE ABRIL DE 1972 – MIEMBRO INSTITUCIONAL DE LA CONFIARP  
LICENCIATURA: CNU-SP-141/2004 – G.O. N° 37.926 DEL 28 DE ABRIL DE 2004

**DENOMINACIÓN: Análisis Crítico de las Relaciones Públicas**

<b>DENOMINACIÓN:</b> Análisis Crítico de las Relaciones Públicas UCS	<b>SEMESTRE</b>	<b>CÓDIGO</b>	<b>PRELACIÓN</b>	<b>HORAS</b>
<b>3</b>	<b>NOVENO</b>	<b>CE 74144</b>	<b>ELECTIVA</b>	<b>6</b>

**TIPO DE CURSO:** Teórico

**COMPONENTE:** Especialización

**PROPÓSITO:** La asignatura tiene por finalidad establecer mediante el análisis de los fundamentos teóricos de las Relaciones Públicas, su esencia como disciplina científica y el contraste con la práctica profesional basada en la experiencia.

**FUNDAMENTACIÓN:** Las Relaciones Públicas surgen como una derivación de la comunicación social, cultural y económica de los pueblos. A partir del siglo pasado, mediante investigaciones en el área, adquiere rango disciplinario con aplicaciones vinculantes en las organizaciones. Hoy es un conocimiento especializado que estudia, mediante la comunicación, las formas de integración de las organizaciones con sus públicos. Son teorías y técnicas recientes, aún sometidas a cuestionamiento epistemológicos.

**COMPETENCIAS:**

- Investiga los fundamentos teóricos que configuran esta disciplina de las ciencias sociales.
- Analiza las relaciones del proceso comunicacional enmarcado entre las organizaciones y públicos de referencia.
- Evalúa con sentido crítico la legitimidad de las teorías que conforman las Relaciones Públicas
- Deriva conclusiones del análisis teórico y de su comparación con las prácticas de la disciplina.

**CONTENIDOS:**

- El carácter científico de las Relaciones Públicas. Objetivos, fundamentos, vigencias y objeciones.
- Teorías y métodos en el estudio de la disciplina. Su validez y comprobación.
- Impacto de la crisis organizativa en la conceptualización y praxis del relacionista.
- Argumentos a favor y en contra de las Relaciones Públicas como disciplina y como profesión universitaria.

**ESTRATEGIAS:**

- Expositivas presentación de contenidos por parte del docente.
- Presentación de contenidos en equipo por parte de los estudiantes.
- Discusión y análisis de los temas.
- Elaboración de ejercicios en forma de talleres.
- Elaboración de informe final individual.

**EVALUACIÓN:**

- Asistencia y Participación.
- Talleres.
- Presentación por equipos.
- Informes

**REFERENCIAS**

- Aguadero, Francisco (1993) COMUNICACIÓN SOCIAL INTEGRADA. Barcelona. Prodisa.
- Barquero, D. y Corredor, J (2008) RELACIONES PÚBLICAS. Barcelona. Furtwangen.
- Grunig, J. Hunt, T (2000) DIRECCIÓN DE RELACIONES PÚBLICAS. España: Gestión 2000
- Harrison, Shirley (2002) Relaciones Públicas. España: Thomson.
- Molleda, J. y Ferrari, M (2008) EXPERIENCIAS E INVESTIGACIONES EN RELACIONES PÚBLICAS. CASOS BRASIL Y EE.UU. Caracas: Tropikos.
- Solana, F. Luis (1999) TRATADO DE RELACIONES PÚBLICAS. España Gestión 2000

REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA  
MINISTERIO DEL PODER POPULAR PARA LA EDUCACIÓN UNIVERSITARIA  
**INSTITUTO UNIVERSITARIO DE RELACIONES PÚBLICAS**  
DECRETO PRESIDENCIAL N° 92 DEL 4 DE ABRIL DE 1972 – MIEMBRO INSTITUCIONAL DE LA CONFIARP  
LICENCIATURA: CNU-SP-141/2004 – G.O. N° 37.926 DEL 28 DE ABRIL DE 2004

**DENOMINACIÓN: Imagen Corporativa**

<b>DENOMINACIÓN:</b> <b>Imagen Corporativa UCS</b>	<b>SEMESTRE</b>	<b>CÓDIGO</b>	<b>PRELACIÓN</b>	<b>HORAS</b>
<b>4</b>	<b>NOVENO</b>	<b>Ce95753</b>	<b>ELECTIVA</b>	<b>5</b>

**COMPONENTE:** Profesional.

**PROPÓSITO:** Ofrecer al estudiante de Relaciones Públicas una concepción integral y actualizada del fenómeno de la Imagen Corporativa, lo cual le permitirá adquirir nuevas herramientas de trabajo para un mejor desenvolvimiento de su ejercicio profesional.

**FUNDAMENTACIÓN:** La realidad actual exige al profesional de las Relaciones Públicas un claro conocimiento del fenómeno de la imagen corporativa, y una actividad permanente de actualización y perfeccionamiento de sus competencias en el área.

Las relaciones públicas buscan formular un modelo gerencial de imagen organizacional, aplicable a un plan estratégico destinado a posicionar los entes que estén bajo su mira.

El proceso de las Relaciones Públicas es el continuo esfuerzo por lograr una buena imagen corporativa a través de un ajuste armónico (intercambio de información y opiniones) entre la organización y sus públicos.

**COMPETENCIAS:**

- Analiza los conceptos básicos y los relaciona con la Imagen Corporativa y las Relaciones Públicas.
- Transfiere los conceptos básicos y los relaciona con la Imagen Corporativa inherentes a los procesos relacionístico.
- Valorar la importancia del conocimiento de la Imagen Corporativa para el ejercicio profesional de las Relaciones Públicas.

**CONTENIDOS:**

- La Organización
- Comunicación Corporativa
- Identidad Corporativa
- RRPP e Imagen Corporativa
- Imagen Corporativa

**ESTRATEGIAS:**

- Expositivas presentación de contenidos por parte del docente.
- Presentación de contenidos en equipo por parte de los estudiantes.
- Discusión y análisis de los temas.
- Elaboración de ejercicios en forma de talleres.
- Elaboración de informe final individual.

**EVALUACIÓN:**

- Asistencia y Participación.
- Talleres.
- Presentación por equipos.
- Informe final escrito.

**REFERENCIAS:**

- Barquero, J.D. y Barquero M. (1995). Manual de Relaciones Públicas, Comunicación y Publicidad. Gestión 2000: Barcelona.
- Bonilla, C. (2001). La Comunicación: Función básica de las relaciones públicas. Trillas: México.
- Costa, J. (1994). Imagen Corporativa. Editorial Ceac: Barcelona.
- Drucker, P. (1989). Las nuevas realidades. Editorial Norma: Bogotá.
- Garbett, T. (1991). La imagen corporativa. Editorial Legis: Bogotá.
- Gómez, C.A. y Gómez A. (2003). Gerencia de Relaciones Públicas y Protocolo. Colección Minerva, Los Libros de El Nacional: Caracas.
- Gómez, A. (1998). Cómo gerenciar la Imagen Corporativa. Editorial Plain Art: Caracas.
- Pizzolante, I. (2001). El Poder de la Comunicación Estratégica, apuntes de un Evangelizador Corporativo. AVE, CEDICE y Pizzolante Com. Estrateg: Caracas.
- Reinoza, C. (1993). Manual de identidad e imagen corporativa. Editorial Plain Art: Caracas.
- Tejada, L. (1992). Un marco teórico y metodológico para la identidad conceptual de las organizaciones. Joint Consultores: Madrid.
- Van Riel, C. (1997). Comunicación Corporativa. Prentice Hall: Madrid.

REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA  
MINISTERIO DEL PODER POPULAR PARA LA EDUCACIÓN UNIVERSITARIA  
**INSTITUTO UNIVERSITARIO DE RELACIONES PÚBLICAS**  
DECRETO PRESIDENCIAL N° 92 DEL 4 DE ABRIL DE 1972 – MIEMBRO INSTITUCIONAL DE LA CONFIARP  
LICENCIATURA: CNU-SP-141/2004 – G.O. N° 37.926 DEL 28 DE ABRIL DE 2004

**DENOMINACIÓN: Deontología Profesional**

<b>DENOMINACIÓN:</b> Deontología Profesional UCS	<b>SEMESTRE</b>	<b>CÓDIGO</b>	<b>PRELACIÓN</b>	<b>HORAS</b>
<b>4</b>	<b>Décimo</b>	<b>CE 106044</b>	<b>CP 53622</b>	<b>3</b>

**TIPO DE CURSO: Teórico**

**COMPONENTE: Profesional**

**PROPÓSITO:**

La asignatura tiene por finalidad acentuar la conciencia ética y la consolidación de los valores humanos y sociales que requiere el estudiante al final de la carrera para aplicarlos como una filosofía de comportamiento en su campo de trabajo.

**FUNDAMENTOS:**

Las bases conceptuales de la asignatura **DEONTOLOGÍA PROFESIONAL**, como se explicará más adelante, constituye el soporte esencial del perfil del Licenciado en Relaciones Públicas en la práctica y aplicación de valores que le corresponde desarrollar en su vida diaria y en el desempeño de la profesión. Como lo señalan autores reconocidos en el área, la moralidad interpela al ser humano en el deber-ser y en su vinculación con la sociedad, en una relación de derechos y deberes a los cuales responde según la formación que haya recibido y a sus propias convicciones. El compromiso con el trabajo que corresponde y el respeto a las instituciones serán el norte de su ejercicio profesional, complementados con los códigos éticos, morales y sociales que las organizaciones gremiales nacionales e internacionales han creado para orientar a sus miembros respecto a la conducta correcta, tanto en su vida privada como en la pública.

**COMPETENCIAS:**

- Analiza el papel y el significado de lo ético-moral en la vida personal, familiar, laboral y ciudadana.
- Practica en todo momento de su vida, como sujeto activo, los valores morales y orienta con su ejemplo el comportamiento social y laboral previsto en las organizaciones y en la sociedad.
- Reflexiona sobre el carácter y la actitud del relacionista en sus actividades como docente, gerente, comunicador e investigador.
- Emite criterios valorativos sobre los códigos de ética de los gremios y de las organizaciones.
- Realiza seguimiento sobre las obligaciones, deberes y derechos en el desempeño de las actividades gerenciales en las organizaciones públicas y privadas, desde la perspectiva y sentido de las Relaciones Públicas.

□ Demuestra en su comportamiento diario y ciudadano que practica las Relaciones Públicas como una filosofía de vida.

### **CONTENIDOS:**

➤ **Terminología Básica** – Análisis de los conceptos claves: Ética. Moral, Deontología, Deontología Profesional y Perfil Deontológico del Relacionista.

➤ Objeto, campo y regiones colindantes de la Ética.

➤ **Síntesis** de los sistemas ético-morales propuestos en la cultura occidental cristiana por los grandes pensadores laicos y religiosos cristianos: desde las éticas dogmáticas a las éticas situacionales.

➤ Conducta moral y valores. Panorama del concepto de **“los valores”** (Axiología) en la interpretación de la moral occidental.

➤ Ética profesional, su expresión en la Deontología Profesional.

➤ Perfil deontológico y códigos de conducta moral.

➤ Códigos del Relacionista: Del Código de Atenas al Código del Relacionista Venezolano.

➤ Ética empresarial venezolana.

➤ Deontología de la función pública.

➤ La ética gerencial. Principales enfoques.

### **ESTRATEGIAS:**

➤ Explicaciones precisas y concretas sobre los contenidos exigidos en el programa.

➤ Utilización de ejemplos concretos en ambientes laborales, para apreciar las fallas éticas que ocurren en las organizaciones.

➤ Lecturas alusivas sobre literatura específica a los temas o contenidos y solicitar ensayos individuales obligatorios respecto a esas lecturas.

➤ Empleo de dinámicas grupales, en especial foros donde se expongan videos con películas que planteen problemas de “riesgos éticos” en la vida relacionística personal-profesional.

➤ Conducta rutinaria del docente que se constituya, desde lo ético-moral, en paradigma o modelo a imitar.

➤ Intercambio de impresiones en las sesiones lectivas con el docente para iniciar y sostener diálogos orientadores.



### **EVALUACIÓN:**

- Asistencia y participación.
- Elaboración de mapas conceptuales.
- Elaboración de trabajos académicos.
- Pruebas conceptuales en clase.
- Presentaciones orales individuales y por equipos.

### **REFERENCIAS:**

- ✓ Aristóteles (1972). **Moral**. Madrid: Espasa-Calpe.
- ✓ Burk, Ignacio (1992). **Filosofía: Una introducción Actualizada**. Caracas: Ínsula.
- ✓ Carosio, Albal y Silva, Jesús (2005). **Ética y Praxis Administrativa**. Cuadernos de Postgrado del PCA. Caracas: Trópikos.
- ✓ Etkin, Jorge (1993). **La Doble Moral de las Organizaciones**. Madrid: McGraw Hill.
- ✓ Fagothey, Austu (1992). **Ética, Teoría y Aplicación**. México: Mc Graw Hill.
- ✓ From, Erich (1992). **Ética y Psicoanálisis**. México: FCE.
- ✓ Frondizi, R. (1994). **¿Qué son los valores?** México: FCE.
- ✓ Guarigua, Oswaldo (2001). **Una ética para el siglo XXI**. México: FCE.
- ✓ Guédez, Víctor (2001). **La ética gerencial**. Caracas: Planeta.
- ✓ Pérez Esclarin, Antonio (2001). **Educación Valores y el Valor de Educar**. Caracas: Impresión SAN PABLO.
- ✓ Savater, Fernando (1999). **Ética y Ciudadanía**. Caracas: Monte Ávila Editores.
- ✓ \_\_\_\_\_ (1991). **Ética para Amador**. Barcelona-España: Ariel.
- ✓ Satir, Virginia (1979). **El Contacto Íntimo**. México: Editorial Pax-México.

REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA  
MINISTERIO DEL PODER POPULAR PARA LA EDUCACIÓN UNIVERSITARIA  
**INSTITUTO UNIVERSITARIO DE RELACIONES PÚBLICAS**  
DECRETO PRESIDENCIAL N° 92 DEL 4 DE ABRIL DE 1972 – MIEMBRO INSTITUCIONAL DE LA CONFIARP  
LICENCIATURA: CNU-SP-141/2004 – G.O. N° 37.926 DEL 28 DE ABRIL DE 2004

**DENOMINACIÓN: Pasantías Profesional**

<b>DENOMINACIÓN:</b> <b>Pasantías Profesional UCS</b>	<b>SEMESTRE</b>	<b>CÓDIGO</b>	<b>PRELACIÓN</b>	<b>HORAS</b>
<b>6</b>	<b>DECIMO</b>	<b>CE106144</b>		<b>6</b>

**COMPONENTE:** Profesional

**PROPÓSITO:** Al culminar el participante estará en capacidad de aplicar en el desempeño de sus funciones los principios fundamentales del campo organizacional, analizar los principios que rigen la organización desde un punto de vista administrativo para consolidar un desempeño profesional eficiente en el desempeño de la función gerencial.

**FUNDAMENTACIÓN:** Esta asignatura se basa en las características propias de las Relaciones Públicas con el objeto de establecer un enlace entre las empresas institucionales con el futuro profesional relacionístico a fin de que estos puedan realizar sus pasantías en condiciones apropiadas para obtener la mejor oportunidad de desarrollar los conocimientos adquiridos a lo largo del proceso de enseñanza y aprendizaje.

**COMPETENCIAS:**

- Capacidad de desempeñarse en el campo laboral.
- Capacidad de desempeño en el área administrativa dentro de la organización.
- Desarrolla los conocimientos adquiridos dentro de la organización.

**CONTENIDOS:**

- Pasantías en empresas en el área de Relaciones Públicas
- Elaboración de Informes

s

**ESTRATEGIAS:**

- Expositivas presentación de contenidos por parte del docente.
- Presentación de contenidos en equipo por parte de los estudiantes.
- Discusión y análisis de los temas.
- Elaboración de ejercicios en forma de talleres.
- Elaboración de informe final individual.

**EVALUACIÓN:**

- Asistencia y Participación de forma efectiva en el área de Relaciones Públicas durante 240 horas
- Informes

REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA  
MINISTERIO DEL PODER POPULAR PARA LA EDUCACIÓN UNIVERSITARIA  
**INSTITUTO UNIVERSITARIO DE RELACIONES PÚBLICAS**  
DECRETO PRESIDENCIAL N° 92 DEL 4 DE ABRIL DE 1972 – MIEMBRO INSTITUCIONAL DE LA CONFIARP  
LICENCIATURA: CNU-SP-141/2004 – G.O. N° 37.926 DEL 28 DE ABRIL DE 2004

**DENOMINACIÓN: Memoria de Grado**

<b>DENOMINACIÓN:</b> Memoria de Grado UCS	<b>SEMESTRE</b>	<b>CÓDIGO</b>	<b>PRELACIÓN</b>	<b>HORAS</b>
<b>4</b>	<b>DECIMO</b>	<b>CE106144</b>	<b>CB10933</b> <b>CP42943</b> <b>CP53222</b>	<b>4</b>

**COMPONENTE: Profesional**

**PROPÓSITO:** El estudiante estará en capacidad de seleccionar un tema, asunto o problema y ofrecerá un plan o diseño de investigación, según la naturaleza y alcances de proyecto, para revelar su creatividad, innovación, que pone en evidencia además su madurez de juicio que lo identifica como sujeto con autoridad para favorecer al crecimiento de su área científica administrativa.

**FUNDAMENTACIÓN:** La justificación de la presente unidad curricular, responde a que el estudiante luego de crear, diseñar, realizar e informar un trabajo de grado, el cual revela su aporte novedoso y creatividad, evidenciará además un individuo con autoridad para contribuir al crecimiento de su área científica administrativa.

**COMPETENCIAS:**

- Selecciona un tema, asunto o problema, relacionado con organización relacionístico.
- Ofrecer un plan o diseño de investigación que responda al tema, asunto o problema, de forma tangible, asimismo, deberá cumplir con los requisitos establecidos en las Normas de T.E.G.

**CONTENIDOS:**

- El diseño de la Investigación
- Pasos del Diseño.

**ESTRATEGIAS:**

- Expositivas presentación de contenidos por parte del docente.
- Presentación de contenidos en equipo por parte de los estudiantes.
- Discusión y análisis de los temas.
- Elaboración de ejercicios en forma de talleres.
- Elaboración de informe final individual.

**EVALUACIÓN:**

Asistencia y Participación.

Talleres.  
Presentación por equipos.  
Informes

REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA  
MINISTERIO DEL PODER POPULAR PARA LA EDUCACIÓN UNIVERSITARIA  
**INSTITUTO UNIVERSITARIO DE RELACIONES PÚBLICAS**  
DECRETO PRESIDENCIAL N° 92 DEL 4 DE ABRIL DE 1972 – MIEMBRO INSTITUCIONAL DE LA CONFIARP  
LICENCIATURA: CNU-SP-141/2004 – G.O. N° 37.926 DEL 28 DE ABRIL DE 2004

**DENOMINACIÓN: Planificación y gestión de las Relaciones Públicas**

<b>DENOMINACIÓN:</b> <b>Planificación y gestión de las Relaciones Públicas</b> <b>UCS</b>	<b>SEMESTRE</b>	<b>CÓDIGO</b>	<b>PRELACIÓN</b>	<b>HORAS</b>
<b>4</b>	<b>DECIMO</b>	<b>CE115944</b>	<b>CE95344</b> <b>CE95933</b>	<b>4</b>

**COMPONENTE:** Profesional.

**PROPÓSITO:** El participante estará en capacidad de establecer las diferencias y similitudes entre la planificación estratégica y la planificación en Relaciones Públicas, así como el reconocimiento de la importancia de la planificación como instrumento eficaz de los programas relacionístico y la identificación de los componentes del plan estratégico del programa relacionístico que ofrezca funcionalidad y operatividad a las empresas en donde serán ejecutados.

**FUNDAMENTACIÓN:** La justificación de la presente asignatura parte de la necesidad del por qué el Licenciado en Relaciones Públicas, conozca la importancia de planificar en el desempeño de su función relacionístico; entendiéndolo como un ejercicio táctico y estratégico que precisa, por parte del profesional de Relaciones Públicas, el completo conocimiento y comprensión de los hechos que se derivan del constante interactuar de los elementos presentes: organización / opinión pública.

**COMPETENCIAS:**

- Establece las diferencias y similitudes entre la planificación estratégica y la planificación en relaciones públicas dentro del contexto organizacional.
- Reconoce la importancia de la planificación como herramienta eficiente de los programas relacionístico y en la gestión de las Relaciones Públicas.
- Identifica los elementos del plan estratégico del programa relacionístico que ofrezca funcionalidad y operatividad a las empresas donde sean ejecutados.

**CONTENIDOS:**

- La planificación como tarea del Licenciado en Relaciones Públicas.
- Métodos y modelos para el análisis de problemas y planificación en las organizaciones.
- La planificación en Venezuela.
- La planificación como herramienta principal del profesional de Relaciones Públicas.

**ESTRATEGIAS:**

- Expositivas presentación de contenidos por parte del docente.
- Presentación de contenidos en equipo por parte de los estudiantes.
- Discusión y análisis de los temas.
- Elaboración de ejercicios en forma de talleres.
- Elaboración de informe final individual.

**EVALUACIÓN:**

- Asistencia y Participación.
- Talleres.
- Presentación por equipos.
- Informes

**REFERENCIAS:**

- Juan Merchán López. Manual de Teorías y Técnicas Magistrales de las Relaciones Publicas. Editado por Fundación amigos del IUDERP.
- Universidad Nacional Abierta. (1.992). Procesos y Estrategias de Solución de Problemas. Curso Introdutoria.
- Ramón V. Melinkoff. (1.990). los Procesos Administrativos. Editorial Panapo.
- Enciclopedia del Managenet. (2002). Editorial, Océano/ Centrum
- Peter F. Drucker. (1.999) Los Desafios de la Gerencia para el siglo XXI. Grupo Editorial Norma.
- J.J. Rousseau, (1980).Del contrato social. Discursos, “Discursos sobre las ciencias y las artes”, Alianza Editorial, Madrid.
- J. Habermas, Historia y Crítica de la Opinión Pública, Gustavo Gili, Barcelona.
- S. Giner, (1975) Historia del pensamiento social, Ariel, Barcelona.
- N. Maquiavelo, (1980).El Príncipe, Círculo de Lectores, Barcelona.
- R. Rivadería, (1977).Periodismo, Trillas, México,
- H. Heller, (1974). Teoría del Estado, Fondo de Cultura Económica, México.
- Grunig, J., Hunt, T., Dirección de Relaciones Públicas, Gestión 2000, Barcelona.
- 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.