

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: Lenguaje y Comunicación.**

<b>DENOMINACIÓN:</b> Lenguaje y Comunicación. UCS	<b>SEMESTRE</b>	<b>CODIGO</b>	<b>PRELACIÓN</b>	<b>HORAS</b>
<b>4</b>	<b>PRIMERO</b>	<b>CB11154</b>		<b>5</b>

**TIPO DE CURSO: Teórico**

**COMPONENTE: Básico**

**PROPÓSITO:** Al culminar la asignatura el participante estará en capacidad de manejar los instrumentos necesarios para el uso correcto del idioma conjuntamente con los procesos comunicacionales.

**FUNDAMENTACIÓN:** Se fundamenta la Unidad Curricular en el estudio sistemático de la lingüística y de la comunicación con el objeto que el profesional de Relaciones Públicas conozca y maneje con efectividad el lenguaje y las comunicaciones.

**COMPETENCIAS:**

- Escribe con correcta ortografía y sintaxis diversas composiciones.
- Maneja con claridad la prosodia.
- Emplea técnicas para la redacción de textos.
- Aprecia la importancia del conocimiento y uso apropiado de las comunicaciones.
- Usa con propiedad la terminología comunicacional relacionística.

**CONTENIDOS:**

- El lenguaje como medio de comunicación
- Gramática, ortográfica y redacción.
- Técnicas de redacción
- La comunicación
- Tipos de redacciones

**ESTRATEGIAS:**

- Expositivas presentaciones 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

**REFERENCIAS**

- Sotelo, E., Introducción a la Comunicación Institucional, Ariel Comunicación, Barcelona, 2001.
- Bahamonde, L. , Técnicas de Comunicación hoy 1, Ed. MacGraw-Hill, Madrid 1993.
- Francois, F.Lenguaje, la comunicación. Buenos Aires, Ediciones Nueva Visión, 1973.
- Ribeiro, Lair; “la Comunicación Eficaz”, Editorial Urano, Barcelona, España, 1996.
- Fase, Julios; “El Lenguaje del Cuerpo”, Editorial América Ibérica, Madrid, España, 1995.
- Beltrán L. (1985): “Premisa, objetos y métodos foráneos en la investigación sobre comunicación en América Latina”. En Sociología de la comunicación de masas, tomo I. Barcelona: Gustavo Gilli.

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: Medios Audiovisuales**

<b>DENOMINACIÓN: Medios Audiovisuales UCS</b>	<b>SEMESTRE</b>	<b>CÓDIGO</b>	<b>PRELACIÓN</b>	<b>HORAS</b>
<b>4</b>	<b>PRIMERO</b>	<b>CB11264</b>		<b>6</b>

**TIPO DE CURSO:** Teórico

**COMPONENTE:** Teórico/Práctico.

**PROPÓSITO:** El programa de Medios Audiovisuales dentro de la formación del Relacionista pretende que los estudiantes adquieran habilidades y destrezas en el uso de los recursos audiovisuales y establezcan la importancia que estos tienen para su desempeño profesional valorando el proceso comunicacional desde el punto de vista relacionístico.

**FUNDAMENTACIÓN:** Las asignaturas en constructor teóricos innovadores referentes al conocimiento de los Medios Audiovisuales los cuales son de vital importancia para el desempeño del relacionista dentro de las organizaciones ya que le brinda una visión integral del complejo mundo de la comunicación por medio de los diversos canales y de esta forma proporcionar al estudiante una experiencia de mucha utilidad para el campo profesional.

**COMPETENCIAS:**

- Define la naturaleza de los medios audiovisuales diferenciado su uso y capacidad como herramienta efectiva del relacionista dentro de las organizaciones.
- Diferencia los medios audiovisuales de acuerdo con sus características y adaptabilidad para fortalecer el proceso comunicacional dentro de las organizaciones.
- Planifica el uso de los medios audiovisuales de acuerdo con el contexto social y de la organización.
- Produce medios audiovisuales de acuerdo con las necesidades del entorno social y organizacional.

**CONTENIDO:**

- El proceso de la Comunicación. Elemento de la comunicación. Los medios audiovisuales y su importancia. Taxonómica de los medios planos.
- Tipos de medios y su clasificación
- Planificación de los medios audiovisuales.
- Producción de los medios audiovisuales
- Medios planos y Medios Electrónicos.
- Software, Páginas Web, Chat, videos conferencias.

**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 informe final individual.
- Presentación de medios en forma individual y grupal.

**EVALUACIÓN:**

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

**REFERENCIAS**

- Cabero, J (2007), Nuevas tecnologías aplicadas a la Educación. Madrid, McGraw Hills.
- Castañeda, M (2000) Los medios de Comunicación y Tecnología. México, Editorial Trillas.
- Arredondo, V (2007). Manual Introductorio Didáctica General, Caracas Venezuela, Editorial Limusa.
- Nerici I (1968), Hacia una didáctica general dinámica, Buenos Aires, Editorial Kapelusz.
- <http://www.educar.org/articulos/audiovisuales.asp>
- <http://www.espacioblog.com/recursosaudiovisuales/post/2008/01/25/importancia-los-medios.audiovisuales>
- Salinas J, Ag José Ignacio y Babero Julio. Tecnología para la Educación. Diseño, producción y evaluación de medios para la información docente. Editorial. Madrid, 2004.
- <http://dewey.uab.es/pmarques/oriental.htm>
- Adarraga, P (1985), criterios educacionales en la selección de software, en Pfeiffer, Amalia; Galván, Jesús Informática y Escuela Madrid: Fundesco.
- Bautista, A. Et al (1991). Usos, selección de medios y conocimientos prácticos del profesor, Revista de <educación 296, 299-326.

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 Humanas y Dinámicas de Grupo**

<b>DENOMINACIÓN:</b> <b>Relaciones Humanas y Dinámicas de Grupo UCS</b>	<b>SEMESTRE</b>	<b>CÓDIGO</b>	<b>PRELACIÓN</b>	<b>HORAS</b>
<b>3</b>	<b>PRIMERO</b>	<b>CB11043</b>		<b>4</b>

**TIPO DE CURSO:** Profesional.

**COMPONENTE:** Teórico/Práctico.

**PROPÓSITO:** Que el participante al culminar la presente asignatura esté en condiciones de conocer el marco teórico con base en las ciencias del comportamiento humano desarrolle habilidades y destrezas específicas en la aplicación de técnicas formales e informales para la conducción de grupos, así mismo, comprenda la importancia del papel de las Relaciones Públicas en la sociedad democrática y valore que su práctica implica como base para implantar, consolidar, defender, mejorar y transmitir nuestro sistema de valores en base a los principios constitucionales.

**FUNDAMENTACIÓN:** La presente asignatura atiende las necesidades de adquirir las bases relacionadas con las ciencias del comportamiento humano y su práctica diaria en los campos de las relaciones humanas y dinámicas de grupos.

**COMPETENCIAS:**

- Maneja en forma clara, concreta y precisa el vocabulario de las Relaciones Humanas y Dinámicas de grupos en el contexto de las organizaciones.
- Emplea habilidades y destrezas vinculadas a las Relaciones Humanas y Dinámicas de grupos dentro de las organizaciones.
- Conoce los aspectos básicos teóricos que rigen las Relaciones Humanas y las Dinámicas de grupos.
- Comprende la importancia del papel de las Relaciones Humanas y las Dinámicas de grupos dentro del contexto Relacionístico.

**CONTENIDOS:**

- Conceptualización de las relaciones Humanas.
- Tipos de Relaciones Humanas.
- La Psicología de la conducta.
- Salud mental
- Dinámicas de Grupos
- La Constitución de la República Bolivariana de Venezuela.

### **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

### **REFERENCIAS**

- [http://www.Relaciones –Humanas.net/articulo.htm/](http://www.Relaciones-Humanas.net/articulo.htm/)
- Borden George A. La Comunicación Humana: El Proceso de Interrelación. Buenos Aires. Ateneo, 1982.
- Buscaglia, L. Vivir, amar y aprender. Buenos Aires. Emecé, 1984.
- Garcher, Buleigh B. Relaciones Humanas en la Empresa Ga. Editorial Madrid: Realp. 1976.
- Goleman, D. La Inteligencia Emocional. Buenos Aires. 1996.
- Hall, D.M. Dinámica de la Acción de Grupo. 4ta. Edición. México: Herrero Hermanos. 1971.
- Perera, N. Desarrollo Personal (2005). Caracas.
- Tejada, Miren (de), Ríos Pablo, Silva Antonieta. Teorías Vigentes sobre el Desarrollo Humano. Reimpresión 2008. Fedupel. Caracas

### **LECTURAS RECOMENDADAS**

- ❖ De Bono, Edward. (ed.rev.) (2.003). **Seis Sombreros Para Pensar**. Editorial Granica. México.
- ❖ Fisher, Robert. (33 ° edición). El Caballero de la Armadura Oxidada. Ediciones Obelisco.
- ❖ Riso, Walter. (ed.rev.) (2.004). **Deshojando Margaritas**. Grupo Editorial Norma. Colômbia.
- ❖ Riso, Walter. (ed.rev.) (2.002). **Cuestión de Dignidad**. Grupo Editorial Norma. Colombia.
- ❖ Ruiz, Miguel. (ed.rev.) (2.005). **Los Cuatro Acuerdos**. Ediciones Urano. Espana.

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 de las Relaciones Públicas**

<b>DENOMINACIÓN: Teoría de las Relaciones Públicas UCS</b>	<b>SEMESTRE</b>	<b>CÓDIGO</b>	<b>PRELACIÓN</b>	<b>HORAS</b>
<b>3</b>	<b>PRIMERO</b>	<b>CB11433</b>		<b>3</b>

**TIPO DE CURSO:** Teórico

**COMPONENTE:** Formación general

**PROPÓSITO:** Al culminar la unidad curricular los participantes estarán en capacidad de manejar los fundamentos, las bases y los principios normativos del relacionismo.

**FUNDAMENTACIÓN:** la asignatura se fundamenta en la necesidad de los múltiples y variados campos de las organizaciones tanto públicos como privados basados en sus métodos y técnicas para unificar esfuerzos y así multiplicar el rendimiento de la organización

**COMPETENCIAS:**

- Posee nociones generales de las Relaciones Públicas.
- Conoce sobre la historia general de las Relaciones Públicas.
- Percibe las Relaciones Públicas dentro del ámbito organizacional.
- Maneja las Relaciones Públicas y los elementos distintivos y de confusión que caracteriza al contexto Relacionístico.

**CONTENIDOS:**

- Conceptos, bases y principios de las Relaciones Públicas.
- Origen y contexto de las Relaciones Públicas.
- Historia de las Relaciones Públicas.
- La organización y la percepción de las Relaciones Públicas.
- Caracterización de las 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.

### **EVALUACION:**

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

### **REFERENCIAS**

- Merchán. J Manual de Teorías y Técnicas Magistrales de las Relaciones Públicas. 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.



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 Estudio e Investigación.**

<b>DENOMINACIÓN:</b> Técnicas de Estudio e Investigación. UCS	<b>SEMESTRE</b>	<b>CÓDIGO</b>	<b>PRELACIÓN</b>	<b>HORAS</b>
<b>3</b>	<b>PRIMERO</b>	<b>CB10933</b>		<b>4</b>

**TIPO DE CURSO:** Teórico Práctico.

**COMPONENTE:** General.

**PROPÓSITO:** Que el estudiante adquiera habilidades y destrezas en el área de la investigación documental y de estudio.

**FUNDAMENTACIÓN:** En la actualidad, el desarrollo de los alcances científicos que se presentan en forma vertiginosa, lo cual implica un proceso de formación íntegra y por ello la necesidad de adquirir habilidades y destrezas en el área de la investigación documental y la aplicación de técnicas de aprendizaje.

**COMPETENCIAS:**

- Aplica destrezas en el área de la investigación documental.
- Reflexiona de forma lógica, siguiendo procesos de razonamiento grupal.
- Trabaja en grupo de forma eficaz.
- Posee hábitos de lectura veloz y de estudios.
- Maneja principios básicos de investigación científica documental.
- Emplea Técnicas de investigación documental.

**CONTENIDOS:**

- Hábitos de estudio.
- Métodos de investigación.
- El propósito de la investigación.
- Recolección de datos.
- Fuentes de 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.

**EVALUACION:**

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

**REFERENCIAS**

- Briones (1987) Métodos y Técnicas de Investigación para las Ciencias Sociales. Madrid. Editorial Trillar.
- Cirigliano y Villaverde (1990). Dinámica de Grupos y Educación. Buenos Aires. Editorial Humanitas.
- González Domínguez, Máxima (1991). Técnicas de Estudio. Caracas. Editorial Larense.
- Hernández, Díaz, Fabio (1989). Métodos y Técnicas de Estudio en la Universidad. Caracas. Editorial McGraw Hill.
- Hernández, Fernández y Baptista (1991). Metodología de la Investigación. Caracas. Editorial McGraw Hill.
- Mercado, Salvador (1992). Cómo hacer una Tesis. Editorial Limosa.
- Merchán López, Juan (1979). Manual de Teorías y Técnicas Magistrales. Caracas.
- Morales, Víctor (1995). El Proceso de Investigación. Caracas. Editorial Panapo.
- Padrón, Alfredo (2007). Manual Práctico de Oratoria Empresarial. Caracas. El Nacional.
- Sabino, Carlos (1991). El Proceso de Investigación. Caracas. Editorial Panapo.

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: Oratoria**

<b>DENOMINACIÓN: Oratoria UCS</b>	<b>SEMESTRE</b>	<b>CODIGO</b>	<b>PRELACIÓN</b>	<b>HORAS</b>
<b>3</b>	<b>PRIMERO</b>	<b>CB11333</b>		<b>3</b>

**TIPO DE CURSO:** Teórico/Práctico

**COMPONENTE:** Formativa

**PROPÓSITO:** La materia pretende enseñar a los estudiantes el uso de las técnicas para el desarrollo de la adecuada expresión oral, a fin de que puedan utilizar esta valiosa herramienta en todas las actividades empresariales que requiera el uso de la comunicación directa como estrategia comunicacional.

**FUNDAMENTACIÓN:** El contenido de la materia se fundamenta en la necesidad que tienen las organizaciones de que su personal, especialmente el que atiende públicos o medios de comunicación, esté en capacidad de exponer a través de foros, charlas, disertaciones, reuniones, ruedas de prensa, eventos formales, jornadas de trabajo, etc. Y en la exigencia de la gerencia moderna de calificar adecuadamente a los voceros de las instituciones.

**COMPETENCIAS:**

Las competencias que desarrollará el estudiante mediante la aplicación de los conocimientos adquiridos en esta materia, se relacionan con el logro de un lenguaje depurado para la actividad profesional; y las técnicas requeridas para la proyección de imagen personal a través del manejo de los lenguajes paralelos como lo son la gestualización y la expresión corporal. Podrá desempeñarse adecuadamente como maestro de ceremonias, podrá redactar discursos con coherencia y propiedad para la actividad empresarial que así lo requiera.

**CONTENIDO:**

- Corrección de la expresión oral. Buen uso del lenguaje.
- Técnicas para superar el miedo escénico y la timidez.
- Técnicas de expresión gestual, oral y corporal
- Técnica para la presentación de ponentes y conferencistas
- Técnicas para realizar charlas magistrales
- Técnicas para atender entrevistas en los medios de comunicación
- Exploración de la capacidad comunicacional

- Técnicas para elaborar discursos de orden

**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

**REFERENCIAS**

- Padrón A. (2008) Manual Práctico de Oratoria Empresarial. Libros de El Nacional. Caracas.
- Carnegie, Dorothy y Dale. (1971). El Camino Fácil y Rápido para Hablar Eficazmente. Editorial Sudamericana, Buenos Aires.

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 I**

<b>DENOMINACIÓN:</b>	<b>SEMESTRE</b>	<b>CODIGO</b>	<b>PRELACIÓN</b>	<b>HORAS</b>
<b>Relaciones Públicas I UCS</b>				
	<b>SEGUNDO</b>			

**TIPO DE CURSO:** Presencial

**COMPONENTE:** Formativa

**PROPÓSITO:** La materia pretende dar a conocer a los estudiantes Los fundamentos teóricos que le permitan adquirir una visión sobre el campo de las relaciones públicas dentro de las organizaciones y su relación con la misión que cumple el relacionista público dentro de las instituciones basadas en la realidad empresarial.

**FUNDAMENTACIÓN:** El contenido de la materia se fundamenta en la necesidad que tienen las organizaciones de contar con profesionales especializados capaces de generar cambios positivos en ellas y lograr la aceptación de sus públicos relacionados, con base en su honestidad en la producción de bienes y servicios.

**COMPETENCIAS:**

- Analiza los fundamentos teóricos que sustentan el que hacer relacionística.
- Analiza las bases teóricas que sustentan el quehacer del relacionista.
- Estudia los principios normativos que rigen al relacionista público.
- Define el marco básico de la organización desde la perspectiva relacionística.
- Valora el proceso de las relaciones públicas como una función gerencial dentro de las organizaciones.
- Ubica las problemáticas más frecuentes en el ejercicio de las relaciones públicas.
- Reconoce los elementos fundamentales de las relaciones públicas (organización, opinión pública y organización)
- Difunde la misión fundamental de las relaciones públicas (informar, convencer e integrar)

**CONTENIDO:**

- Trilogía Relacionística
- Estudio de las Organizaciones
- Proceso de la Comunicación
- Barreras que obstaculizan los procesos comunicacionales.
- Estudio de los públicos y la opinión pública

- Principios de Investigación en RRPP
- La encuesta y la entrevista como instrumentos de investigación
- Análisis de resultados y generación de diagnósticos sobre las problemática corporativa.

### **ESTRATEGIAS**

- Charlas magistrales sobre cada tema
- Discusión de casos reales
- Exposiciones con sentido profesional.

### **EVALUACIÓN:**

- Evaluaciones escritas
- Análisis de casos por equipos
- Exposición final

### **REFERENCIAS**

- Merchán López, Juan. (1979) Manual de Teorías y Técnicas Magistrales de las Relaciones Públicas Segunda Edición. Editorial Fundación Amigos del IUDERP, Caracas.
- Lesly, Philip. (1981) Nuevo Manual de Relaciones Públicas, Editorial Martínez Roca, España
- Black, Sam.(1994). Las Relaciones Públicas, un factor clave de gestión. Editorial Hispano Europea, S.A. Barcelona, España.
- Black, Sam. (2004). ABC de las Relaciones Públicas. Ediciones Gestión 2000, España.
- Ramón V. Melinkoff. (1990) Los procesos administrativos. Editorial Panapo.
- Bonilla, Carlos. (2004) Relaciones Públicas: Factor de competitividad para empresas e instituciones. México.
- Robinson, E.(1982) Comunicación y Relaciones Públicas. Editorial CECCA

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: Medios Gráficos y Diagramación**

<b>DENOMINACIÓN: Medios Gráficos y Diagramación UCS</b>	<b>SEMESTRE</b>	<b>CÓDIGO</b>	<b>PRELACIÓN</b>	<b>HORAS</b>
<b>3</b>	<b>SEGUNDO</b>	<b>CB21933</b>		<b>3</b>

**TIPO DE CURSO:** Teórico

**COMPONENTE:** Formativo

**PROPÓSITO:** La unidad curricular Medios Gráficos y Diagramación tiene por finalidad proporcionar al participante elementos básicos del diseño y la impresión de publicaciones al participante elementos básicos del diseño y la impresión de publicaciones lo cual le permitirá la elaboración de periódicos, revistas o folletos entre otros y además desarrollar herramientas en las diversas técnicas del diseño y la diagramación, como conocimiento adecuado de las artes gráficas en el marco de sus competencias.

**FUNDAMENTOS:** El conocimiento adecuado de las graficas y diagramación por parte del relacionista es indispensable en su ejercicio profesional por cuanto se enfrentará a las necesidades de informar, coordinar, realizar seguimientos en noticias de prensa, reportajes, artículos, textos en general, remitidos; informar a los públicos acerca de las actividades y eventos internos y externos propias de la organización en la cual se desempeña y por ende, es necesario el conocimiento del diseño y impresión para su correcta publicación.

**COMPETENCIAS:**

- Appreciar en sentido general la función del periodismo nacional e internacional en el ámbito de la organización como fuente de información útil y necesaria.
- Difunde las diversas informaciones emanadas de las gerencias de los diferentes departamentos de la organización en el área de diseño y diagramación.
- Selecciona las estrategias que requiere los medios al aplicar las técnicas de diagramación y selección de medios gráficos para promover y optimizar el proceso comunicacional de la organización.
- Emplea el software como herramienta aplicada al diseño gráfico, rotulaciones, diseños y uso de medios. En situaciones de programas, eventos, enseñanzas, aprendizajes en concordancia con la planificación de las organizaciones.

**CONTENIDO:**

- Los medios de comunicación al servicio de las organizaciones en el contexto relacionístico.
- El diario: su función social. Empresa editorial y servicio público.
- La noticia y su estructura: Géneros Periodísticos.
- Publicidad y Relaciones Públicas

- Los Medios Gráficos y su Diagramación
- La función de los Medios Gráficos
- Estrategias de diagramación de los medios gráficos.
- Diseño, elaboración de los medios gráficos.
- Los software como herramienta para el diseño de los Medios Gráficos

#### **ESTRATEGIAS:**

- Clases expositivas del docente y alumnos
- Búsqueda de información sobre el tema abordado
- Talleres presenciales en equipo
- Prácticas sobre el contenido teórico.
- Debates con la información signada
- Diseños de medios (simulación).

#### **EVALUACIÓN:**

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

#### **REFERENCIAS**

- Cabrera A y Pelayo N. Lenguaje y Comunicación (2001). Colección Minerva. Los Libros de “El Nacional”. Caracas.
- Reyes, G Periodismo de Investigación (1996), Editorial Trillas México.
- Merchán López. J Manual de Teorías y Técnicas Magistrales de las Relaciones Públicas (1993). Ediciones IUDERP. Caracas.
- Vivaldi.M Editorial Paraninfo Géneros Periodísticos (1998) G. España.
- Camps y Pazos, Así se hace Periodismo (2003). Estudios de Comunicación Editorial Paidós. Buenos Aires.
- La Publicidad: Eje de Integración (1993) III Congreso Latinoamericano de Publicidad. Venezuela.
- Los Medios de Comunicación Social en Venezuela (1999) Encuentro Internacional de Comunicación para el Desarrollo. Universidad Católica Andrés Bello. Fundación Ecológica Pampero. Caracas.
- Comprender la Comunicación (1978). Antonio Parquali. Monte Ávila Editores, Caracas



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 Social**

<b>DENOMINACIÓN:</b> <b>Psicología Social UCS</b>	<b>SEMESTRE</b>	<b>CÓDIGO</b>	<b>PRELACIÓN</b>	<b>HORAS</b>
<b>3</b>	<b>SEGUNDO</b>	<b>CB21833</b>		<b>3</b>

**TIPO DE CURSO:** Teórico

**COMPONENTE:** Profesional

**PROPÓSITO:** Que el participante al culminar la unidad curricular este en capacidad de aplicar metodologías científicas de las Ciencias de la Psicología Social en diseños aplicados en el ámbito de las Relaciones Públicas.

**FUNDAMENTACIÓN:** Se fundamenta dentro del marco teórico que versa sobre la Psicología Social haciendo énfasis en los aspectos metodológicos y diseños de investigación que se emplean para el estudio de la conducta humana dentro de las organizaciones para mejorar las relaciones externas e internas.

**COMPETENCIAS:**

- Comprende la importancia de la Psicología Social aplicada al contexto Relacionístico.
- Aprecia la necesidad del conocimiento de la Psicología Social y su aplicabilidad al ámbito Relacionístico.
- Elabora diseños en las áreas de investigación de campo aplicando los constructos teóricos de la Psicología Social para mejorar la relación tanto externa como interna de la organización.
- Identifica los hechos que motivan la conducta de los públicos dentro de las organizaciones.

**CONTENIDOS:**

- Conceptos y definiciones de Psicología Social.
- Presupuestos antropológicos de la Psicología Social.
- Teorías sobre la conducta humana.
- Teoría organizacional e instituciones sociales.

### **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

### **REFERENCIAS:**

- Aronson, E. (2003) *El Animal Social*, Alianza.
- Baron, R.A. Y Byrne, D. (2005, 10ª Ed.) *Psicología Social*, Pearson/Prentice Hall, Madrid.
- Franzoi, S.L. (2007) *Psicología Social*, Mcgraw Hill.
- Fromm Erich. (1994). *El Arte De Amar*.
- José María León Y Otros. (1998), *Psicología Social*.Mcgraw Hill.
- Kwant Remy. (1969). Filosofía Social. Ediciones Carlos Lohlé.
- López-Yarto, L. *Temas De Psicología Social*, (Inédito).
- Morales, J.F. Y Otros (2007, 3ª Ed.) *Psicología Social*, Mcgraw Hill.
- Myers, D.G. (2005, 8ª Ed.) *Psicología Social*, Mcgraw-Hill Interamericana, México D.F.
- Páez, D. Y Otros (2004) *Psicología Social, Cultura Y Educación*, Pearson/Prentice Hall, Madrid.
- Pascual, R. (1987) *Liderazgo Y Participación: Mitos Y Realidades*, Un. Deusto, Bilbao.
- Smith, E.R. Y Mackie, D.M. (1997) *Psicología Social*, Ed. Médica Panamericana, 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: Estadística**

<b>DENOMINACIÓN:</b> Estadística UCS	<b>SEMESTRE</b>	<b>CÓDIGO</b>	<b>PRELACIÓN</b>	<b>HORAS</b>
<b>3</b>	<b>SEGUNDO</b>	<b>CB21643</b>		<b>4</b>

**TIPO DE CURSO:** Teórico – Práctico.

**COMPONENTE:** Profesional

**PROPÓSITO:** Que el participante al finalizar la presente unidad curricular, esté en capacidad de interpretar y explicar contenidos de los informes de la investigación relacionístico, a través de instrumentos, asimismo, comprenda los fenómenos y comunicaciones, con la finalidad de evitar posibles equivocaciones, confusiones y falsas interpretaciones de la realidad.

**FUNDAMENTACIÓN:** El Relacionista como área particular de la Ciencias Sociales y Humanas, requiere de métodos estadísticos para continuar su consolidación como especialidad científica. Es por esta razón, que el estudio de la unidad curricular, proporcionará al futuro relacionista, instrumentos y métodos para analizar contenidos de los informes de la investigación relacionístico.

**COMPETENCIAS:**

- Clasifica unidades para constituir datos estadísticos.
- Relaciona datos estadísticos.
- Interpreta datos estadísticos.
- Analiza material Psico. – Social cuantificable.
- Elabora informes cuantitativos de investigación relacionístico.
- Explica de forma inductiva el predominio y tendencia de opiniones y actitudes.

**CONTENIDOS:**

- Concepto de estadística.
- Unidades y datos estadísticos psico – sociales.
- Clasificación de los métodos estadísticos.
- Proceso de investigación estadística en Relaciones Públicas.
- Elementos de informe estadístico acerca de la Opinión Pública.

**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

**REFERENCIAS**

- Alatorre F., S., et.al. Introducción a los Métodos Estadísticos. Universidad Pedagógica Nacional. México. (3 volúmenes. Sistema de Educación a Distancia.)
- Castañeda J., J. Métodos de Investigación 2. Editorial McGraw-Hill.México.
- Mendenhall, W.; D.D. Wackerly y R.L. Scheaffer. Estadística Matemática con Aplicaciones. Grupo Editorial Iberoamérica. México.
- Spiegel, M.R. Estadística. McGraw-Hill. México. (Serie Schaum.)
- García, P., A. Elementos de Método Estadístico. Universidad Nacional Autónoma de México. México. (Textos Universitarios.)

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 Crítica Republicana**

<b>DENOMINACIÓN:</b> <b>Historia Crítica Republicana UCS</b>	<b>SEMESTRE</b>	<b>CODIGO</b>	<b>PRELACIÓN</b>	<b>HORAS</b>
<b>3</b>	<b>SEGUNDO</b>	<b>CB21722</b>		<b>3</b>

**TIPO DE CURSO:** Teórico

**COMPONENTE:** Formativa

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

**FUNDAMENTACIÓN:** Historia Crítica Republicana está referida a los cambios históricos 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 historia de Venezuela
- Expresa opiniones críticas sobre el desarrollo de los principales movimientos ideológicos ocurridos en Venezuela
- Explica la importancia de las Relaciones Públicas como medio de difusión de la historia en el país

**CONTENIDO:**

- Conquista y Colonia
- Proceso de independencia desde 1810 hasta la formación de la República 1830
- Documentos históricos relevantes de los cuales se puede inferir el papel de las relaciones publicas en el mundo
- Oligarquías Conservador y Liberal
- Guerras Civiles en Venezuela durante el período agrícola
- Dictaduras significativas en Venezuela
- Proceso democrático desde 1959 hasta nuestros días
- Aspectos políticos, sociales y económicos
- Venezuela en el siglo XXI

**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

**REFERENCIAS**

- Bolívar Simón. Obra Política y Constitucional. 2008
- Pino I., Elías. Ideas y Mentalidades de Venezuela. Edit. Alfadil
- Pino I Elías. La Mentalidad Venezolana de la Emancipación. 2007
- Cipriano R., Luis (varios autores). Los Grandes Períodos y Temas de la Historia de Venezuela. Instituto de Estudios Hispanoamericanos, Decanato de la Facultad de Humanidades y Educación. 1993.
- Grases, Pedro (varios autores). Los Tres Primeros Siglos de Venezuela 1.948 – 1.810. Fundación Eugenio Mendoza. 1.991.
- Guía Temas 1 y 2. Elaborada por Msc. Néstor E. Rojas V.

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: Economía**

<b>DENOMINACIÓN:</b> Economía UCS	<b>SEMESTRE</b>	<b>CODIGO</b>	<b>PRELACIÓN</b>	<b>HORAS</b>
<b>2</b>	<b>SEGUNDO</b>	<b>CB21522</b>		<b>2</b>

**TIPO DE CURSO:** Teórico.

**COMPONENTE:** Formación General

**PROPOSITO:** El propósito fundamental de esta unidad curricular es proporcionar al estudiante de las Relaciones Públicas un conjunto de conocimientos teóricos elementales de la economía, a través de una terminología propia del lenguaje económico: que es indispensable para conocer, analizar e interpretar fenómenos económicos, dentro del acontecer de la actividad económica.

**FUNDAMENTACIÓN:** Todos los individuos están inmersos dentro de un contexto y una realidad económica que los convierte en tomadores de decisiones y por ende en agentes económicos que deben optimizar su conducta. De allí, que las Relaciones Públicas, por constituir una función gerencial, cuando se ejercen en el campo empresarial y porque actuando dentro de éste tiene como meta la integración de la empresa al medio, hacen que el estudio de la Economía General, y particularmente, la vida económica del medio, sea fundamental para el Relacionista Público, por cuanto tales conocimientos contribuyen a situarlo en posición que le permita ejercitar con efectividad en el ámbito general y sectorial de la empresa.

**COMPETENCIAS:**

- Posee un manejo adecuado en la utilización del vocabulario TÉCNICO de las ciencias de la economía aplicada al ejercicio del relacionista público.
- Comprende la diversidad de actividades económicas desarrolladas a nivel mundial y en especial del País.
- Sintetiza en qué consisten las escuelas económicas y los problemas centrales del sistema económico relacionados con las organizaciones.
- Interpreta la Oferta y la Demanda en la formación del precio en el mercado a nivel nacional y mundial.
- Estudia los aspectos básicos de los factores de producción que rigen en las organizaciones
- Valorar la importancia del Sistema Monetario y la Política Fiscal dentro de las organizaciones.

**CONTENIDO:**

- Definición. Objeto y método de la ciencia económica.
- La economía como ciencia.
- Antecedentes de la economía.
- Factores que intervienen en el proceso de producción: el trabajo del hombre; el objeto del trabajo y los instrumentos de trabajo.
- Leyes económicas. Microeconomía y Macroeconomía. Diferencias. Economía positiva y normativa.
- Escuelas Económicas
- Producción factores y sectores
- Microeconomía: La Demanda, Oferta y Precio
- La Empresa y el Mercado
- Macroeconomía: Sistema monetario
- Inflación
- Política Fiscal

**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

**REFERENCIAS**

- Pernaut Ardenas, Manuel y Ortiz, Eduardo José, Introducción a la Teoría Económica. Cuarta edición. Editorial Publicaciones UCAB. Año: 2008.
- Fuenmayor, Juan Bautista: Principios de Economía Política. Nueva edición. Editorial Productos Forexp. Año: 1995.
- Bradley R, Schiller. Principios esenciales de Economía. Editorial Mc Graw Hill. Caracas 1996,
- ManKiw, Gregory. Principios de Microeconomía.



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 II**

<b>DENOMINACIÓN:</b> <b>Relaciones Públicas II UCS</b>	<b>SEMESTRE</b>	<b>CODIGO</b>	<b>PRELACIÓN</b>	<b>HORAS</b>
<b>3</b>	<b>TERCERO</b>	<b>CB32654</b>	<b>CB22033</b> <b>CB11433</b>	<b>8</b>

**TIPO DE CURSO:** Presencial

**COMPONENTE:**

**PROPÓSITO:** La materia pretende enseñar a los estudiantes las técnicas relacionística que les permitan realizar investigaciones dentro de las organizaciones con el fin de determinar a través de un diagnóstico el tipo de problema que pueda estarlas afectando, así como el verdadero sentido del que hacer relacionística el cual constituye una disciplina de carácter gerencial, destinada a desarrollar la imagen, la cultura, el clima y la identidad corporativa, mediante el logro de reputación, reconocimiento y prestigio basado en la realidad empresarial.

**FUNDAMENTACIÓN:** El contenido de la materia se fundamenta en la necesidad que tienen las organizaciones de contar con profesionales especializados capaces de generar cambios positivos en ellas y lograr la aceptación de sus públicos relacionados, con base en su honestidad en la producción de bienes y servicios..

**COMPETENCIAS**

- Desarrolla el contenido básico del proceso de las Relaciones Públicas.
- Aplica los diversos procesos inherentes a las relaciones públicas dentro de la organización.
- Explica los procesos de las relaciones públicas evidenciados dentro de la organización.
- Aplica herramientas necesarias para el desempeño efectivo y eficiente en el área de las relaciones públicas.

## **CONTENIDO**

- Principios normativos y estratégicos de las Relaciones Públicas.
- Proceso de las Relaciones Públicas.
- Planificación en las Relaciones Públicas.
- Integración del talento humano y la estructura organizativa.
- Dirección y coordinación de las Relaciones Públicas.

Control y Evaluación del proceso relacionística.

## **ESTRATEGIAS**

- Charlas magistrales sobre cada tema
- Discusión de casos
- Exposiciones.
- Talleres
- Estudios de casos

## **EVALUACIÓN:**

- Evaluaciones escritas
- Análisis de casos por equipos
- Exposición final

## **REFERENCIAS**

- Merchán López, Juan. (1979) Manual de Teorías y Técnicas Magistrales de las Relaciones Públicas. Segunda Edición. Editorial Fundación Amigos del IUDERP, Caracas.
- Lesly, Philip. (1981) Nuevo Manual de Relaciones Públicas, Editorial Martínez Roca, España
- Black, Sam.(1994). Las Relaciones Públicas, un factor clave de gestión. Editorial Hispano Europea, S.A. Barcelona, España.
- Black, Sam. (2004). ABC de las Relaciones Públicas. Ediciones Gestión 2000, España.
- Ramón V. Melinkoff. (1990) Los procesos administrativos. Editorial Panapo.
- Bonilla, C (2004) Relaciones Públicas: Factor de competitividad para empresas e instituciones. México.
- Robinson, E. (1982) Comunicación y Relaciones Públicas. Editorial CECCA

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: Costo y Presupuesto**

<b>DENOMINACIÓN: Costo y Presupuesto UCS</b>	<b>SEMESTRE</b>	<b>CODIGO</b>	<b>PRELACIÓN</b>	<b>HORAS</b>
<b>3</b>	<b>TERCERO</b>	<b>CB32333</b>	<b>CB21522 CB21643</b>	<b>6</b>

**TIPO DE CURSO:** Presencial

**COMPONENTE:** Formativa

**PROPÓSITO:** La materia pretende dar a conocer a los estudiantes los fundamentos teóricos que le permitan adquirir una visión sobre la elaboración de estimaciones del costo de su servicio en su hacer relacionística, es por ello que es fundamental conocer y manejar los procedimientos que faciliten el estimar los costos y formular los presupuestos relativos a Relaciones Públicas.

**FUNDAMENTACIÓN:** El contenido de la materia se fundamenta en la necesidad que tiene las organizaciones de contar con profesionales especializados capaces de generar cambios positivos en ellas y lograr la aceptación de sus públicos relacionados, con base en su honestidad en la producción de bienes y servicios.

**COMPETENCIAS:**

- Analizar e interpretar modelos de renglones presupuestarios.
- Manejar elementos de cálculo para la estimación de costo y formulación de presupuestos
- Estimar costos de acciones y comunicaciones que se llevan a cabo con el personal interno y externo de la organización.
- Calcular costos para el desarrollo de programas relacionística.
- Estima las partidas necesarias para llevar a cabo la función relacionística dentro de los departamentos de gerencias.

**CONTENIDO:**

- Propósito de la asignatura
- Índice básico para la estimación de presupuestos
- Ordenamiento de los renglones y elaboración de presupuesto
- Diseño de presupuesto en Relaciones Públicas
- Proceso de comunicación en Relaciones Públicas.

### **ESTRATEGIAS:**

- Charlas magistrales sobre cada tema
- Discusiones de casos reales
- Exposiciones con sentido profesional.

### **EVALUACIÓN:**

- Evaluaciones escritas
- Análisis de casos por equipos
- Exposición final.

### **REFERENCIAS**

:

- Burbano R., Jorge E, Presupuestos: enfoque de gestión, planeación y control de recursos. 3° edición, Bogotá. Mc. Graw Hill, 2005
- Cárdenas y Nápoles, Raúl A. Presupuestos; teoría y práctica. México, Mc. Graw Hill, 2002.
- Gómez Bravo, Oscar Contabilidad de Costos, 5ta, edición, Bogotá. Mc. Graw Hill, 2005.
- Hansen, Don y MowenMaryanne. Administración de Costos. Internacional Thomson Editores, S.A. México. 1996.
- Hargadón; Bernard y Múnera, Armando Contabilidad de Costos. Grupo Editorial Norma. Barcelona-España 1995.
- Horngreen, Charles; Datar, Srikant y Foster, George Contabilidad y Costo. Un enfoque gerencial. Décima segunda edición, 2007. Pearson. Prentice Hall. México.
- Lawrence, WB. Contabilidad de Costos, 2da edición, editorial UTHEA, 1974.
- Neuner, Contabilidad de Costos. Editorial UTHEA. 1974. México.
- Polimeni, Ralph, Fabozzi, Frank Contabilidad de Costos: Conceptos y Aplicaciones. 2da edición. 1994. Mc. Graww Hill. México.
- Saez Torrecilla, Ángel Fernández, Antonio. Contabilidad de Costos y Contabilidad de Gestión. 2da edición. Madrid, Mc Graww Hill. 2004.
- Welsch, Glenn y otros. Presupuestos: Planificación y control 6ta. Edición. México, Pearson educación 2005.

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: Comunicación en Relaciones Públicas**

<b>DENOMINACIÓN:</b> Comunicación en Relaciones Públicas UCS	<b>SEMESTRE</b>	<b>CÓDIGO</b>	<b>PRELACIÓN</b>	<b>HORAS</b>
2	<b>TERCERO</b>	<b>CB32554</b>	<b>CB1154</b> <b>CB21722</b>	<b>6</b>

**TIPODE CURSO:** Teórico / Práctico.

**COMPONENTE:** Profesional.

**PROPÓSITO:** Ofrecer al estudiante de Relaciones Públicas la Capacidad de realizar planes estratégicos de acciones y comunicaciones, diseñar programación de las Relaciones Públicas para las organizaciones, según su naturaleza, así como en las actividades normales de las empresas y sus procesos gerenciales.

**FUNDAMENTOS:** El contenido de la materia se fundamenta en lograr la identificación de las diversas teorías que hacen referencia a las corrientes comunicacionales empresariales, como elemento de la trilogía relacionista, vital para el logro de una adecuada interacción entre éstas y los públicos con los cuales se vincula el desempeño del relacionista.

**COMPETENCIA:**

- Analiza los diversos tipos de mensajes corporativos emanados de comunicaciones, campañas publicitarias o propagandísticas de las organizaciones.
- Estudia la opinión pública en relación con la imagen corporativa de las organizaciones.
- Aplica diversas técnicas fundamentadas en el discurso persuasivo para optimizar las Relaciones Públicas dentro del contexto organizacional.
- Maneja diversas estrategias comunicacionales aplicadas al clima organizacional donde se desempeña el relacionista.
- Diseña planes estratégicos para el abordaje de las Relaciones Públicas de la organización.
- Aplica planes estratégicos para el abordaje de las Relaciones Públicas.

## **CONTENIDOS:**

- Opinión Pública
- Discurso Persuasivo
- Propaganda y Publicidad
- Estudios de Mensajes Corporativos
- Aplicación de técnicas de análisis de discursos
- Estrategias comunicacionales.
- Identidad Corporativa e Imagen Corporativa
- Clima Organizacional
- Cultura Organizacional
- Diseño y aplicaciones de planes estratégicos.
- Rueda de Prensa

## **ESTRATEGIAS:**

- Expositivas Presentaciones de contenidos por parte del docente
- Presentación de contenidos en quipo 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
- Interrogatorios
- Exposiciones

## **REFERENCIAS**

- Blanco, L (2000) El Planeamiento. Prácticas de Relaciones Públicas, Editorial Uge-man Editor, Argentina.
- Lesly, Phoñop (1981), Nuevo Manual de Relaciones Públicas, Editorial Martínez Roca, España
- Merchán López.J Manual de Teorías y Técnicas Magistrales de las Relaciones Públicas (1993). Ediciones IUDERP. Caracas.
- Sabino, Carlos (2007), El proceso de la Investigación, Caracas, Venezuela. Editorial Panapo.
- Ribeiro, Lair (2001), La Comunicación Eficáz, Barcelona: Editorial Urano
- Yllescas. Washington D. (2000) Cómo Planear las Relaciones Públicas, Editorial Macchi, Argentina.

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 y Métodos**

<b>DENOMINACIÓN:</b> <b>Organización y Método</b> <b>UCS</b>	<b>SEMESTRE</b>	<b>CÓDIGO</b>	<b>PRELACIÓN</b>	<b>HORAS</b>
<b>3</b>	<b>TERCERO</b>	<b>CB32433</b>	<b>CB21522</b> <b>CB21643</b>	<b>3</b>

**TIPO DE CURSO:** Teórico.

**COMPONENTE:** Profesional

**FUNDAMENTACIÓN:** Esta materia, ha de sentar sus bases en el estudio de la organización y métodos de trabajo, como herramienta esencial al trabajo del Relacionista en la interpretación y análisis de los procesos y estructuras empresariales, sobre los que puede enfocarse como profesional para diagnosticar, aportar soluciones, planificar estratégicamente sus funciones y actividades de interés común.

**COMPETENCIAS**

- Describe los fundamentos de la organización y métodos de trabajo como herramienta para el Relacionista.
- Expresa los principios que comprenden la administración empresarial.
- Identifica los factores integradores de la organización en el trabajo.
- Analiza las descripciones de cargos como elementos rectores de la organización y ambiente de trabajo.
- Interpreta organigramas funcionales y estructurales.
- Concibe la importancia del rol del Relacionista en la organización y métodos de trabajo.

**CONTENIDOS:**

- Fundamentos de la organización y métodos.
- La organización de empresas.
- La organización del trabajo y su evolución histórica. Organización del trabajo: El diseño del sistema productivo y la distribución en planta. Equilibrio de líneas de producción.
- El diseño de puestos de trabajo. Condiciones ambientales del puesto de trabajo. Seguridad e higiene en el trabajo
- Análisis funcional, procedimental y estructural de las organizaciones.
- Incidencia de la organización y métodos en la calidad del trabajo, productividad y estudio del trabajo.
- Mejora de métodos de trabajo y optimización de procesos de trabajo.
- Manejo de herramientas para crear manuales de procesos organizacionales

- Creación de un manual de procesos para departamentos 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:**

- Diagnóstica: se realiza al inicio de cada clase, a fin de determinar conocimientos, expectativas, motivaciones previas y la competencia cognitiva general de los alumnos, la información recolectada sirve para ajustar las técnicas de enseñanza aprendizaje contenidas en la evaluación formativa.
- Formativa: tiene un papel regulador en el proceso de enseñanza aprendizaje para ajustar la ayuda pedagógica en tres modalidades: interactiva, proactiva y retroactiva.
- Sumativa: se realiza al término del proceso instruccional, y consiste en verificar el grado de adquisición de las intenciones educativas a través de datos cuantitativos que determinan finalmente el éxito de la experiencia global emprendida.

### **REFERENCIAS**

- Chiavenato I. (2003), *Introducción a la teoría general de la administración*, Bogotá: Mc Graw Hill
- Chiavenato I. (2002), *Gestión del Talento Humano*, Bogotá: Mc Graw Hill
- Visio 2003, Microsoft



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: Inglés I**

DENOMINACIÓN: Inglés I UCS	SEMESTRE	CÓDIGO	PRELACIÓN	HORAS
2	TERCERO	CB32122		4

**TIPO DE CURSO:** Teórico

**PROPÓSITO:** El participante al finalizar la unidad curricular estará en capacidad de determinar por medio de técnicas y estrategias las ideas principales y secundarias de los escritos en el idioma Inglés, identificando vocablos propios de la especialidad de lecturas selectivas propuestas y elabora ensayos cortos.

**JUSTIFICACIÓN:** Se justifica la presente asignatura por la necesidad de emplear el idioma como herramienta de comprensión, análisis e interpretación para la adquisición de conocimientos expresados en el idioma inglés.

**COMPETENCIAS:**

- Maneja patrones básicos de la gramática inglesa que conllevan al desarrollo del texto.
- Usa adecuadamente las técnicas de comprensión de textos escritos en inglés.
- Construye oraciones en ingles empleando los verbos modales.
- Emplea herramientas para propiciar la comunicación efectiva de ideas en el idioma inglés.

**CONTENIDOS:**

- El verbo to be
- Pronombres personales
- Adjetivos
- Auxiliares Do y Does (otros verbos)
- Auxiliares y pronombres personales
- Vocabulario

**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:**

- Baugh, L (2005); LO ESENCIAL DE LA GRAMATICA INGLESA, Edit McGraw.
- Conewy, A (2003) Gramática Inglesa
- Murphy and Raymond (2002) ESSENTIAL GRAMMAR IN USE.
- Sweeney S (1996) BUSINESS ENGLISH

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: Sociología Aplicada a las Relaciones Públicas**

<b>DENOMINACIÓN:</b> Sociología Aplicada a las Relaciones Públicas UCS	<b>SEMESTRE</b>	<b>CÓDIGO</b>	<b>PRELACIÓN</b>	<b>HORAS</b>
<b>4</b>	<b>TERCERO</b>	<b>CB32243</b>	<b>CB11043</b> <b>CB11154</b>	<b>4</b>

**TIPO DE CURSO:** Teórico práctico

**COMPONENTE:** Profesional.

**PROPÓSITO:** Al culminar la unidad curricular el participante estará en capacidad de comprender el papel de la sociología dentro del contexto relacionístico.

**FUNDAMENTACIÓN:** Se fundamenta en la comprensión de la acción social, mediante la aplicación de métodos y técnicas que emplea el investigador social con el objeto de analizar los diversos contextos sociales donde se desarrollan las actividades de la organización para mejorar su eficiencia.

**COMPETENCIAS:**

- Maneja la concepción de Sociología como ciencia auxiliar del Relacionista.
- Aplica métodos científicos de investigación social para elaborar diseños en áreas vinculadas al contexto relacionístico.
- Vincula la problemática social venezolana de interés con el campo de las Relaciones Públicas.

**CONTENIDOS:**

- Las Ciencias de la Sociedad.
- Interacción Social.
- Las Relaciones Públicas en la Sociedad.
- El estudio de la Sociología aplicada a las Relaciones Públicas.
- Venezuela y su Sociedad.
- Procesos Políticos.

**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

**REFERENCIAS:**

- Anderson, M. (1980). Sociología de la Familia. México: Fondo de Cultura Económico.
- Baugman, Z. (1999). La Globalización. Consecuencias Humanas. México: Fondo de Cultura.
- Blumer, H (1982). El Interaccionemos Simbólico. Barcelona. Editorial Hora. Quito: Flacso.
- Briceño – León, R. (2007). Sociología de la Violencia en América Latina. Quito: Flacso. (Ciudadanía y Violencia N° 3).
- Castañeda, M. (2002). El Machismo Invisible. México: Grijalbo.
- Campo, Salustiano del (1985). Análisis Sociológico de la Familia Española. Madrid: Ariel.
- Corragio, J. (2008). Economía Social, Acción Social y Política. (Hay vida después del Neoliberalismo. Buenos Aires. Ciccus.
- D'Oleo, F. Introducción a la Sociología. (5ta. Edición). República Dominicana. Editorial Búho.
- Durkheim, E. (1897). El Suicidio. Francia. Editorial Félix Aleem.

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 III**

<b>DENOMINACIÓN: Relaciones Públicas III UCS</b>	<b>SEMESTRE</b>	<b>CODIGO</b>	<b>PRELACIÓN</b>	<b>HORAS</b>
<b>4</b>	CUARTO	<b>CP43154</b>	<b>CB11433 CB22033 CB32654</b>	<b>5</b>

**TIPO DE CURSO:** Presencial

**COMPONENTE:** Profesional

**PROPÓSITO:** La asignatura tiene por finalidad que los estudiantes apliquen las funciones, las teorías organizacionales y comunicacionales de los públicos para la formación de la opinión pública.

**FUNDAMENTACIÓN:** El contenido de la materia se fundamenta en la necesidad que tiene las organizaciones de contar con profesionales especializados capaces de generar cambios positivos en ellas y lograr la aceptación de sus públicos relacionados, con base en su honestidad en la producción de bienes y servicios.

**COMPETENCIAS**

- Maneja diversos marcos teóricos referidos a la comunicación en el área de las Relaciones Públicas.
- Emplea los fundamentos de la comunicación en el área de las Relaciones Públicas.
- Aplica el proceso de las Relaciones Públicas como herramienta gerencial.
- Explica el proceso de las relaciones públicas como técnicas comunicacionales y organizacionales.
- Orienta el desarrollo de las Relaciones Públicas dentro del contexto relacionística.

**CONTENIDO**

- Orientaciones Básicas para desarrollar las funciones de las relaciones Públicas.
- Teoría de la Organización Aplicada a las Relaciones Públicas.
- Fundamentos teóricos de la comunicación.
- Teoría de los públicos como base para la formación de opinión pública.
- Relaciones Públicas como disciplina.
- Desarrollo teórico de las relaciones Públicas.

## **ESTRATEGIAS**

- Charlas magistrales sobre cada tema
- Discusión de casos
- Exposiciones
- Talleres
- Estudios de casos

## **EVALUACIÓN**

- Evaluaciones escritas
- Análisis de casos por equipos
- Exposición final

## **REFERENCIAS**

- Merchán López, J. (1979) Manual de Teorías y Técnicas Magistrales de las Relaciones Públicas. Segunda Edición. Editorial Fundación Amigos del IUDERP, Caracas.
- Lesly, Philip. (1981) Nuevo Manual de Relaciones Públicas, Editorial Martínez Roca, España
- Black, Sam. (1994). Las Relaciones Públicas, un factor clave de gestión. Editorial Hispano Europea, S.A. Barcelona, España.
- Black, Sam. (2004). ABC de las Relaciones Públicas. Edición Gestión 2000., España.
- Ramón V. MelinKoff. (1990) los procesos administrativos. Editorial Panapo.
- Bonilla, C. (2004) Relaciones Públicas: Factor de Competitividad para empresas e instituciones. México.
- Robinson, E. (1982) Comunicación y Relaciones Públicas. Editorial CECCA.

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: Metodología de la Investigación**

<b>DENOMINACIÓN:</b> Metodología de la Investigación UCS	<b>SEMESTRE</b>	<b>CÓDIGO</b>	<b>PRELACIÓN</b>	<b>HORAS</b>
4	CUARTO	CP42943	CB10933 CB21722 CB21833 CB32243	4

**TIPO DE CURSO:** Teórico práctico.

**COMPONENTE:** Profesional.

**PROPÓSITO:** Al culminar la unidad curricular, los participantes estarán en capacidad de realizar diversos tipos de investigación en el campo relacionístico.

**FUNDAMENTACIÓN:** Se sustenta en un cuerpo teórico analítico, el cual se desarrolla mediante los diversos procesos de investigación aplicados a los variados problemas presentes en las organizaciones, dando respuestas pertinentes a cada uno de ellos desde un punto de vista científico.

**COMPETENCIAS:**

- Posee habilidades y destrezas en el área de la investigación.
- Diseña investigaciones de campo relacionadas con el contexto relacionístico dentro de la organización.
- Maneja diversas concepciones de investigación científica.
- Aplica los pasos de la investigación científica en el contexto organizacional.

**CONTENIDOS:**

- Concepto de ciencia e investigación.
- Las Ciencias Sociales.
- Diseño de Investigación.
- Pasos para diseñar un instrumento.
- El Trabajo de Campo.
- Tipos de Instrumentos.
- Presentación de Informe Científico.

**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

**REFERENCIAS**

- Briones (1987) Métodos y Técnicas de Investigación para las Ciencias Sociales. Madrid. Editorial Trillar.
- Cirigliano y Villaverde (1990). Dinámica de Grupos y Educación. Buenos Aires. Editorial Humanitas.
- González Domínguez, M (1991). Técnicas de Estudio. Caracas. Editorial Larense.
- Hernández, Díaz, Fabio (1989). Métodos y Técnicas de Estudio en la Universidad. Caracas. Editorial McGraw Hill.
- Hernández, Fernández y Baptista (1991). Metodología de la Investigación. Caracas. Editorial McGraw Hill.
- Mercado, S (1992). Cómo hacer una Tesis. Editorial Limosa.
- Merchán López,J (1979). Manual de Teorías y Técnicas Magistrales. Caracas.
- Morales, V (1995). El Proceso de Investigación. Caracas. Editorial Panapo.



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 Adiestramiento**

<b>DENOMINACIÓN:</b> Técnicas de Adiestramiento UCS	<b>SEMESTRE</b>	<b>CÓDIGO</b>	<b>PRELACIÓN</b>	<b>HORAS</b>
<b>4</b>	<b>CUARTO</b>	<b>CP53443</b>	<b>CB32433</b> <b>CP42834</b>	<b>4</b>

**TIPO DE CURSO:** Teórico / Práctico

**COMPONENTE:** Profesional.

**PROPÓSITO:** La asignatura tiene por finalidad que los estudiantes manejen los diversos procesos, metodológicos del adiestramiento como instrumentos para el logro de cambios y conductas, como estrategias de acción y/o comunicación.

**FUNDAMENTOS:** El adiestramiento es una función operativa de recursos humanos que tiene como uno de sus principales propósitos mantener actualizados a los empleados de las organizaciones. En este sentido, el profesional de Relaciones Públicas, con mucha frecuencia se enfrentará con problemas de adiestramiento de personal en áreas de comportamiento, de capacitación, de orientación o de información vinculada a la acción relacionística.

**COMPETENCIA:**

- Investiga las necesidades de adiestramiento dentro de la Organización
- Planifica los planes de adiestramiento dentro de la organización
- Evalúa la utilización del adiestramiento en acciones relacionísticas
- Aplica el instrumental técnico para dar a conocer sus ideas y conocimiento referidos a la organización.
- Utiliza las diversas técnicas de adiestramiento para el cambio de las actitudes de las personas pertenecientes a la organización.

**CONTENIDO:**

- El Adiestramiento
- El Adiestramiento como herramienta de las Relaciones Públicas
- Detección de necesidades de adiestramiento
- Aprendizaje de recursos de adiestramiento
- Elaboración de programas de adiestramiento.

**ESTRATEGIAS:**

- Clases magistrales
- Trabajos en grupos
- Sesiones de ejercicios y/o problemas
- Sesiones de discursos, preguntas / respuestas
- Investigaciones
- Presentaciones
- Trabajo de campo
- Lluvias de idea
- Talleres

**EVALUACIÓN:**

- Prueba escrita
- Informes
- Exposiciones
- Participaciones activas de los estudiantes en el desarrollo de clases y solución del problema
- Prueba objetivas
- Intervenciones
- Producciones escritas
- Chequeo de lectura

**REFERENCIAS**

:

- Añez, F. (2001). Administración de Recursos Humanos, México, Editorial Mc. Graw Hill.
- Arias (1995). Administración de Recursos Humanos. Buenos Aires, Editorial Panteón, C.A.
- Chiavenato, I (1999). Introducción a la teoría de la Administración. México, Editorial Mc. Graw Hill.
- Cooper R. y Sawaf, A. (1998). La Inteligencia Emocional aplicada al Liderazgo y las Organizaciones. Editorial Norma, Colombia.
- Mondy y Noe. (1997). Administración de Recurso Humanos. México. Prentice Hall.
- Morris, Ch. (1997). Psicología. México. Prentice Hall.
- Rodríguez y Ramírez. (1997). Administración de la Capacitación. México. Editorial Mc. Graww Hill.
- Valls, A. (1997). Inteligencia Emocional en la Empresa España. Editorial Gestión 2000.
- Werther y Davis (2000). Administración de Personal y Recursos Humanos. México. Editorial Mc. Graw Hill

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: inglés II**

<b>DENOMINACIÓN: Inglés II UCS</b>	<b>SEMESTRE</b>	<b>CÓDIGO</b>	<b>PRELACIÓN</b>	<b>HORAS</b>
<b>2</b>	<b>CUARTO</b>	<b>CP42722</b>	<b>CB32122</b>	<b>4</b>

**TIPO DE CURSO:** Teórico

**PROPÓSITO:** El participante al finalizar la unidad curricular estará en capacidad de determinar por medio de técnicas y estrategias las ideas principales y secundarias de los escritos en el idioma Inglés, identificando vocablos propios de la especialidad de lecturas selectivas propuestas y elabora ensayos cortos.

**JUSTIFICACIÓN:** Se justifica la presente asignatura por la necesidad de emplear el idioma como herramienta de comprensión, análisis e interpretación para la adquisición de conocimientos expresados en el idioma inglés.

**COMPETENCIAS:**

- Maneja expresiones de cantidad
- Responde preguntas de información en presente simple usando el verbo to be
- Construye oraciones, preguntas y respuestas en presente continuo.
- Maneja el uso de los modales para pedir permiso u ofrecer algo.
- Maneja los pronombres complementarios

**CONTENIDOS:**

- Palabras interrogativas: Howmuch.
- Frases de cantidad
- Preguntas con “or”.
- Palabras interrogativas (verbo to be)
- Auxiliares Do y Does
- Modales May, can world
- Preposiciones
- Uso de los pronombres complementarios y oraciones imperativas.

**ESTRATÉGIAS:**

- 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**

- Baugh, L (2005); LO ESENCIAL DE LA GRAMATICA INGLESA, Edit McGraw.
- Conewy, A (2003) Gramática Inglesa
- Murphy and Raymond (2002) ESSENTIAL GRAMMAR IN USE.
- Sweeney S (1996) BUSINESS ENGLISH

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 Industriales**

<b>DENOMINACIÓN:</b> <b>Relaciones Industriales</b> <b>UCS</b>	<b>SEMESTRE</b>	<b>CÓDIGO</b>	<b>PRELACIÓN</b>	<b>HORAS</b>
<b>4</b>	<b>CUARTO</b>	<b>CP42854</b>	<b>CB32433</b>	<b>5</b>

**TIPO DE CURSO:** Teórico - práctico

**COMPONENTE:** Profesional

**PROPÓSITO:** Que el participante al culminar el estudio de la asignatura, esté en capacidad de poseer los elementos de juicio acerca de las técnicas modernas del personal, comprenda la importancia de la motivación y satisfacción en el trabajo que contribuya a proyectar un buen concepto de la Organización, a través de los miembros de la Organización, maneje los principios de la interrelación Hombre – Organización, asimismo, conozca los problemas más comunes que se presentan en la Organización en materia de personal.

**FUNDAMENTACIÓN:** La presente asignatura atiende a la necesidad de que el futuro Relacionista conozca de las teorías y técnicas de administración de personal que pudieran servirle para el logro de objetivos propuestos.

**COMPETENCIAS:**

- Posee elementos de juicio suficientes acerca de las técnicas modernas del personal.
- Comprende la importancia de la motivación y satisfacción en el trabajo para la proyección de un buen concepto de la Organización a través de sus empleados.
- Maneja con propiedad los Principios de la Interrelación Hombre – Organización.
- Conoce los problemas más comunes que en materia de personal, se presentan en la Organización.

**CONTENIDOS:**

- Concepto, evaluación y funciones de la Administración de Personal.
- Técnicas de Administración de Personal.
- Actitudes hacia el trabajo.
- La Dirección, Control, Planificación, Supervisión y Evaluación como principios básicos de la Administración.

**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

**REFERENCIAS**

:

- Giner, S.; Lamo De Espinoza, E. y Torres, C., Diccionario de Sociología, Alianza, Madrid, 1998.
- Fernández Sanchidrian, J. C. y Hernández Sánchez, A., Diccionario de Sociología de la Empresa y de las Relaciones Laborales. Lex Nova, 2000.
- Morales Navarro, J., Sociología de las Relaciones Industriales, Trotta, 1.995.
- Sarries Sanz, L., Sociología de las Relaciones Industriales en la Sociedad Postmoderna, Mira, 1.993.

**DENOMINACIÓN: Fundamentos de Publicidad y Mercadeo**

<b>DENOMINACIÓN:</b> <b>Fundamentos de Publicidad y Mercadeo UCS</b>	<b>SEMESTRE</b>	<b>CODIGO</b>	<b>PRELACIÓN</b>	<b>HORAS</b>
<b>3</b>	<b>QUINTO</b>	<b>CP53354</b>		<b>4</b>

**TIPO DE CURSO:** Teórico/Práctico

**COMPONENTE:** Profesional

**PROPOSITO:** 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 actual 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.

## **CONTENIDOS:**

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

## **EVALUACIÓN:**

- Trabajo de Investigación
- 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.
- Recomendaciones bibliográficas puntuales serán indicadas en aula. KOTABE Helsen.
- (2000) "Marketing Goba". Ediciones Noriega Limusa.
- KOTLER Philip. (1996) "Fundamentos de Mercadotecnia". Prentice Hall.
- KOTLER Philip (1998). "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: Ética Profesional**

DENOMINACIÓN: Ética Profesional UCS	SEMESTRE	CÓDIGO	PRELACIÓN	HORAS
2	QUINTO	CP 53622		2

**TIPO DE CURSO:** Teórico

**COMPONENTE:** Profesional.

**PROPÓSITO:** El presente programa de la asignatura ética profesional tiene por finalidad promover en el estudiante el desarrollo de una conciencia ética firmemente asegurada, así como la consolidación de valores dirigidos al fortalecimiento de ideales de vida para difundirlo en la sociedad venezolana.

**FUNDAMENTOS:** Esta asignatura contribuye de forma importante a consolidar el perfil del relacionista al propiciar la reflexión y la toma de posturas en cualquier momento de su desempeño, de acuerdo con valores éticos propios del relacionista. El análisis de los procesos comunicacionales, la política empresarial, la cultura de la organización, el clima organizacional, los resultados de las investigaciones, entre otros requieren de un profesional enmarcado dentro de un contexto interno con valores éticos bien afianzados y por ello las asignaturas fortalecen al estudiante. Criterios éticos generales que consolidan las diversas actividades del educando en su futura labor profesional basadas en la confidencialidad y el respeto hacia las organizaciones lo cual amerita accionar de forma coherente con la pericia del relacionista.

**COMPETENCIA:**

- Analiza la importancia de la ética en la vida social y su desempeño profesional como profesional relacionístico.
- Diferencia los sistemas éticos occidentales y orientales más importantes para el hombre contemporáneo y los asocia con su actividad profesional relacionístico.
- Aprecia los valores fundamentales vigentes para la sociedad venezolana democrática y en qué medida las Relaciones Públicas como profesión contribuye a fortalecerlos.
- Valora la importancia que tiene en las diversas profesiones el código de ética y lo relaciona con el código del relacionista.
- Analiza los diversos códigos de ética profesional que existe para la profesión del relacionista.
- Selecciona el código de ética que ajusta a la filosofía del ejercicio relacionístico.
- Adapta normas establecidas en los códigos de ética y la función del relacionista.

**CONTENIDOS:**

- Concepto de ética moral.
- Diferencias entre ética y moral.
- Sistemas normativos de la sociedad.
- Bases para la concepción ética.
- Fundamentos y principios de los sistemas éticos orientales y occidentales.
- Paradigmas epistemológicos y su relación con las Relaciones Públicas.
- Códigos de ética profesional.
- Códigos de ética del relacionista Venezolano.

**ESTRATEGIAS:**

- Expositivas presentaciones de contenido por parte del Docente.
- Presentaciones de contenidos en equipo por parte de los estudiantes.
- Discusión y análisis de los temas.
- Elaboración de informe final individual.
- Dinámicas grupales.
- Debates.

**EVALUACIÓN:**

- Asistencia y Participación
- Talleres
- Presentación Orales
- Informes
- Pruebas Objetivas.

**REFERENCIAS:**

- Aranguren, J.L. (1973) Lo que sabemos de moral. G del Toro. Madrid.
- Aristóteles: Ética y Nicómaco. Varios
- Camps, V. (1990). Virtudes Públicas. España-Madrid.
- Diccionario Ética Profesional, universidad Técnica Particular de Loja, (2004)
- Letizia, F. fundamentos Filosófica de las doctrinas económicas, tomo III, (1983-1991).
- Lou Marinof. (2007). Más platón y menos Procaz. Edit. Zata Barcelona.
- Víctor Guede (2002) La Ética Gerencial. Edit. Planeta.
- Sosa Cabrera. (1962) Principios y Éticas Fundamentales. Edit. Gráfica Americana.
- Mendoza, F.C.E. (1986) El problema de la moral profesional.
- Mendoza, F.C.E (1984) Problemática filosófica agustina.
- Muscia de Cicchitti, A y Yerga de Ysaguirre, M., Proyecto de Investigación de la cátedra. Subsidio Cooperadora FCE.
- JCE (1993 y 1998) Fundamentos filosófica de las doctrinas económicas en la Argentina.
- Cicchitti (1993) Marco teórico u nociones preliminares
- Cicchitti, Antecedentes indianos. Papers.
- Cicchitti (1995) Organización política y económica de las Misiones Jesuíticas.



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 IV**

<b>DENOMINACIÓN:</b> <b>Relaciones Públicas IV UCS</b>	<b>SEMESTRE</b>	<b>CÓDIGO</b>	<b>PRELACIÓN</b>	<b>HORAS</b>
<b>4</b>	<b>QUINTO</b>	<b>CP53554</b>	<b>CP43154</b> <b>CB32654</b> <b>CB22033</b> <b>CB11433</b>	<b>5</b>

**TIPO DE CURSO:** Teórico

**COMPONENTE:** Profesional.

**PROPÓSITO:** Al culminar la unidad curricular el estudiante estará en capacidad de esta especialidad conocer como se debe planificar en el Ejercicio de las Relaciones Públicas, ya que aquí conocerá a fondo lo que es la planificación, la importancia que representa para el profesional que ejerza en este campo. Así mismo debe tener claro los diferentes modelos de planificación en Relaciones Públicas.

**FUNDAMENTACIÓN:** Esta asignatura contiene aspectos que se consideran importantes en la formación del Relacionista como lo son: importancia del diseño de los objetivos en la planificación, cómo y cuándo se debe evaluar, importancia del presupuesto en planificación, entre otros temas.

**COMPETENCIAS:**

- Posee habilidades y destrezas en el proceso de la planificación en Relaciones Públicas.
- Comprende la importancia de la planificación en el ejercicio de las Relaciones Públicas.
- Reconoce la influencia de las Relaciones Públicas en la estrategia organizacional.
- Promueve el talento humano y su importancia en la planificación de las Relaciones Públicas.

**CONTENIDOS:**

- La Planificación, conceptos y tipos.
- Naturaleza y Propósitos de la Planificación.
- Las relaciones públicas y su influencia en la estrategia organizacional
- El talento humano y la planificación.
- Importancia de la Planificación en las Relaciones Públicas.
- Modelos de Planificación en las 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:**

- Gutiérrez C. (2005) Función Básica de las Relaciones Públicas. Caracas Edit. Sudamericana.
- López J. (1993) Manual de Teorías y Técnicas Magistrales de las Relaciones Públicas. Caracas.
- Ríos J. (2005) Relaciones Públicas Madrid: Editorial EDAF.
- Vitoria E. (2007) ¿Qué es una Organización? Caracas. EditPanapo
- Wilcox D. (2001) Relaciones Públicas Estrategias y Tácticas 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: Organización de Eventos Corporativos**

<b>DENOMINACIÓN:</b> <b>Organización de Eventos Corporativos UCS</b>	<b>SEMESTRE</b>	<b>CÓDIGO</b>	<b>PRELACIÓN</b>	<b>HORAS</b>
<b>4</b>	<b>QUINTO</b>	<b>CP53443</b>	<b>CB11043</b>	<b>4</b>

**TIPO DE CURSO:** Teórico /Práctico

**COMPONENTE:** Profesional

**PROPÓSITO:** Que el estudiante al culminar la unidad curricular, esté en capacidad de diseñar esquemas básicos de planificación de eventos, elabore los instructivos necesarios para el manejo y coordinación de actividades relacionadas con la organización y ejecución de eventos corporativos, asimismo, tenga conocimiento del personal, material, del instrumental y de los procedimientos administrativos, atendiendo así a las exigencias que un evento corporativo requiere; estructure delineamientos reglamentarios relacionados con conferencias, foros, plenos, convenciones, jornadas, entre otros; comprenda la terminología y maneje reglas de procedimientos parlamentarios, emplee costos y formule presupuestos de eventos corporativos.

**FUNDAMENTACIÓN:** La presente unidad curricular atiende a la necesidad de dotar al futuro profesional de las Relaciones Públicas de conocimientos y destrezas para manejarse con habilidad en dichas situaciones, dado que la dinámica del Relacionista resiste con frecuencia al Relacionista ante situaciones de participación, con variados papeles, en eventos y reuniones de naturaleza corporativa.

**COMPETENCIAS:**

- Diseña esquemas básicos de planificación de eventos.
- Formula instructivos para la conducción y coordinación de actividades de organización y desarrollo de eventos corporativos.
- Conoce del personal, del material, del instrumental y de los procedimientos administrativos que el desarrollo de un evento corporativo exige.
- Estructura delineamientos reglamentarios relativos a conferencias, foros, plenos, convenciones, jornadas.
- Entiende la terminología y maneje reglas de procedimientos parlamentarios.
- Maneja costos y formule presupuesto de eventos corporativos.

**CONTENIDOS:**

- Definición, clasificación, magnitudes de los eventos corporativos.
- Diseño de programas complementarios de los eventos corporativos.
- Estimación de costos y formulación de presupuesto para eventos corporativos.
- Etapas de los eventos corporativos: Pre – evento – evento, post – evento.

**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

**REFERENCIAS:**

- Dumas, Robertino,(2007 ) Manual de Etiqueta, Buenos Modales, Educación y Protocolo, Cómo manejarse en Sociedad y en el Mundo de los Negocios. 1era. Edición, Buenos Aires, Continente. .
- Hannington, Ferry,(2006) Cómo medir y Gestionar la Reputación de su Empresa. Ediciones Deusto, Barcelona, España.
- Molina Del Prado, Graciela,(2008) Cómo Organizar Eventos. 1era. Edición, Buenos Aires, Longseller, .
- Del Carril, Alicia y Gil Elisa(2008), Cómo Organizar Eventos Exitosos y Fiestas Inolvidables. 1era. Edición, Buenos Aires, Aguilar, Altea, Taurus, Alfaguara,
- 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: Seminario del TEG**

<b>DENOMINACIÓN:</b> Seminario del TEG UCS	<b>SEMESTRE</b>	<b>CODIGO</b>	<b>PRELACIÓN</b>	<b>HORAS</b>
<b>4</b>	<b>QUINTO</b>	<b>CP53222</b>	<b>CB10933</b> <b>CB21643</b> <b>CP42943</b>	<b>3</b>

**TIPO DE CURSO:** Teórico y/o Práctico

**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
- Elaboración de trabajo de grado, en su primera parte, Capítulo I



**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

**REFERENCIAS**

- Manual de Trabajo de Grado de Especialización y Maestría y Tesis Doctorales. UPEL 2008
- Arias Fidas(2007). EL PROYECTO DE INVESTIGACION.
- Ramírez Tulio.(2007) COMO HACER UN PROYECTO DE INVESTIGACION.
- Morles Víctor.(2006)TÉCNICAS DE TRABAJO DE INVESTIGACION.