



Programa de la Unidad de Aprendizaje

Nombre de la Unidad de Aprendizaje										
Gerencia y Relaciones Públicas										
Nivel en que se ubica la unidad de aprendizaje			Clave							
Superior			D0669							
Prerrequisitos	Tipo de Unidad de Aprendizaje		Carga Horaria	Créditos						
	<input type="checkbox"/> Curso C	<input type="checkbox"/> Práctica P	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Teoría:</th> <th>Práctica:</th> <th>Total:</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>42</td> <td>63</td> <td>105</td> </tr> </tbody> </table>	Teoría:	Práctica:	Total:	42	63	105	10
Teoría:	Práctica:	Total:								
42	63	105								
Correquisitos	<input checked="" type="checkbox"/> Curso-Taller CT	<input type="checkbox"/> Seminario S								
	<input type="checkbox"/> Laboratorio L	<input type="checkbox"/> Clínica N								
	<input type="checkbox"/> Curso-Laboratorio CL	<input type="checkbox"/> Taller T <input type="checkbox"/> Módulo M								
Área de Formación	División	Departamento	Academia							
Básica Particular Obligatoria	Ciencias Económico Administrativas	Negocios	Administración y Gestión Empresarial							
Presentación										
La unidad de aprendizaje de “Gerencia y Relaciones Públicas” es un curso-taller que centraliza su atención en los conocimientos de las funciones y obligaciones inherentes al Departamento de Desarrollo Rural y Sustentable, así como en la Planeación de Formación y Desarrollo, Conservación y Control de las Relaciones Publicas.										
Vinculación con otras Unidades de Aprendizaje										
La unidad de aprendizaje Gestión y Relaciones Públicas se vincula primordialmente con Estudio del entorno social-cultural-político, Estudio del entorno económico y productivo, Caracterización del grupo de productores, Sensibilización de productores, Evaluación y perspectiva del grupo de interés y Organización del grupo de interés.										
Impacto de la Unidad de Aprendizaje en el perfil de egreso										
La unidad de aprendizaje abona al perfil de egreso de los alumnos de la Licenciatura en Agronegocios en la organización de grupos de productores, empresas y sociedades para producir, transformar y comercializar sus productos ya que les ayuda a relacionarse y comunicarse de manera efectiva con sus stakeholders.										

### Ámbito de Aplicación Profesional

En el ámbito laboral, las competencias desarrolladas podrán ser aplicadas en la gestión interna y externa de los agronegocios mediante el diseño y ejecución de planes de Relaciones Públicas para promover una buena imagen de su organización y una eficiente relación con sus diferentes públicos o grupos de interés.

### Competencia Genérica

Aplica las herramientas de Relaciones Públicas que le permitan desarrollar vínculos efectivos con los distintos públicos.

### Competencias Específicas

Crea y promueve la imagen corporativa.  
Diseña estrategias de comunicación y de relación con los diferentes grupos de interés.  
Analiza la opinión pública.

### Objetivo de Aprendizaje

Elabora planes de Relaciones Públicas que contengan estrategias, políticas y acciones sobre imagen corporativa, comunicación y relaciones con los diferentes públicos de la organización para mejorar la opinión pública con respecto a su organización.

### Campos Formativos

#### Saber Conocer (Saberes teóricos y procedimentales):

Conoce la función de las Relaciones Públicas en las organizaciones.  
Conoce el proceso de comunicación y su aplicación en las Relaciones Públicas.  
Conoce qué es la imagen corporativa y cómo se desarrolla.  
Conoce las técnicas de investigación específicas en Relaciones Públicas.  
Conoce cómo se elabora un plan de Relaciones Públicas.

#### Saber Hacer (Saberes prácticos, habilidades):

Elabora estrategias de comunicación con los diferentes públicos.  
Investiga y realiza diagnósticos sobre la opinión pública.  
Promueve la buena imagen de la organización.  
Diseña el plan de Relaciones Públicas.

#### Saber ser

Perceptivo  
Creativo  
Tener iniciativa  
Capacidad de comunicación

Saber convivir (Actitudes, disposición, valores):

Responsable

Respetuoso

Sensible con el entorno y la opinión pública

Excelente comunicador

Honesto

Ética profesional

### Desglose de Unidades de Competencia

Unidad de Competencia	Horas
1. Unidad de Competencia 1: Función y aplicación de las Relaciones Públicas 1.1. Antecedentes y conceptualización de las Relaciones Públicas. 1.2. Disciplinas que se relacionan con las Relaciones Públicas y diferencia con otros conceptos. 1.3. Las Relaciones Públicas aplicadas a diferentes sectores. 1.4. Funciones y estructura de los Departamentos de Relaciones Públicas en una organización. 1.5. Funciones y estructura de las empresas especialistas en Relaciones Públicas.	6 Hrs. Teoría 9 Hrs. Práctica
2. Unidad de Competencia 2: La comunicación y las Relaciones Públicas. 2.1 La opinión pública y sus efectos en las Relaciones Públicas. 2.2 Tipos de públicos (stakeholders), formas y medios de comunicación (comunicación interna y externa). 2.3 La ética y la responsabilidad social en las Relaciones Públicas. 2.4 La comunicación en tiempos de crisis.	12 Hrs. Teoría 16 Hrs. Práctica
3. Unidad de Competencia 3: Imagen corporativa 3.1. Concepto, etapas y fases del proceso de imagen. 3.2. Replanteamiento de la imagen corporativa y personal. 3.3. Diseño y comunicación corporativa. 3.4. Evaluación y producto de la imagen en las Relaciones Públicas.	12 Hrs. Teoría 16 Hrs. Práctica
4. Unidad de Competencia 4: El Plan de Relaciones Públicas 4.1 Investigación 4.2 Planificación 4.3 Comunicación (Estrategias/Acciones) 4.4 Evaluación	12 Hrs. Teoría 22 hrs. Práctica
<b>TOTAL</b>	42 Hrs. Teoría 63 Hrs. Práctica

**Unidad de Competencia 1:**

Temas 1.1 y Tema 1.2

Método 1.1.1, 1.2.1 Análisis y organización de información.

Estrategia 1.1.1.1, 1.2.1.1 Investigar los temas 1 y 2, analizar la información y organizarla de manera gráfica en una línea de tiempo y en un mapa mental o conceptual.

Tema 1.3

Método 1.3.1 Investigación/Debate

Estrategia 1.3.1.1 Investigar sobre la aplicación de las Relaciones Públicas en diferentes sectores y en particular en los agronegocios. Buscar casos de éxito o de fracaso en este sector, evaluar sus beneficios, realizar propuestas y conclusiones. Con la información anterior debatir con sus compañeros defendiendo su postura con argumentos sólidos.

Temas 1.4 y 1.5

Método 1.4.1 y 1.5.1 Elaboración conjunta sobre la estructura de las empresas y los departamentos de Relaciones Públicas en las organizaciones.

Estrategia 1.4.1.1 y 1.5.1.1 Investigar las diferentes funciones de las Relaciones Públicas dentro de las organizaciones, así como de las empresas especializadas en esta actividad. Posteriormente elaborar un organigrama con la estructura de un Departamento de Relaciones Públicas y un organigrama de una empresa con este giro.

**Unidad de Competencia 2:**

Tema 2.1

Método 2.1.1 Ensayo

Estrategia: 2.1.1.1 Elaborar un ensayo sobre el público y sus efectos en las Relaciones Públicas.

Tema 2.2

Método 2.2.1 Investigación documental y ejercicios prácticos

Estrategia: 2.2.1.1 Investiga cuáles son los diferentes tipos de públicos de una organización, así como las formas y medios de comunicación. Elabora una tabla con la información resumida y redacta un ejemplo de por lo menos cinco formas distintas.

Temas 2.3 y 2.4

Método 2.3.1 y 2.4.1 Estudio de casos

Estrategia: 2.3.1.1 y 2.4.1.1 El grupo se divide en dos partes, cada parte investiga uno de los temas (2.3 o 2.4), en clase el profesor asigna un caso de estudio a cada grupo según el tema que le haya tocado y lo resuelve, finalmente lo expone al resto del grupo y explica el porqué de sus resultados.

**Unidad de Competencia 3:**

Temas 3.1, 3.2, 3.3 y 3.4

Método 3.1.1, 3.2.1, 3.3.1 y 3.4.1 Exposición/ABP

Estrategias 3.1.1.1 y 3.2.1.1, 3.3.1.1 y 3.4.1.1: Investigar la información de todos los temas incluidos en esta unidad. Elaborar una presentación en ppt con la información obtenida y realizar una exposición.

Estrategias 3.1.1.2, 3.2.1.2, 3.3.1.2 y 3.4.1.2: Buscar información sobre una empresa de agronegocios que tenga o haya tenido problemas con su imagen corporativa, redactar el caso y elaborar una propuesta sobre cómo podría mejorar esa imagen considerando cada uno de los temas de la unidad. Intercambia el caso con otros equipos para recibir retroalimentación.

**Unidad de Competencia 4:**

Temas 4.1, 4.2, 4.3 y 4.4

Método 4.1.1, 4.2.1.1, 4.3.1.1 y 4.4.1.1: Aprendizaje orientado en proyectos

Estrategia 4.1.1.1 Seleccionar una empresa de agronegocios para la que se va a desarrollar un plan de RRPP. Aplicar la fase de investigación y redactar el análisis situacional.

Estrategia 4.2.1.1 Elaborar el plan. Definir el qué y el para qué. Redactar el apartado correspondiente a la planificación.

Estrategia 4.3.1.1 Diseñar las estrategias y acciones de comunicación.

Estrategia 4.4.1.1 Definir cómo se va a evaluar la ejecución del Plan.

Estrategia 4.4.1.2 Exposición del proyecto final (plan de RRPP)

**Evaluación**

Producto de Aprendizaje	Criterios de Evaluación
Estrategias 1.1.1.1, 1.2.1.1      1. Línea de tiempo y mapa mental o conceptual	U1P1: La información es completa: contiene los antecedentes históricos de las RRPP, sus diferentes conceptos, la diferencia con otras disciplinas y las similitudes. Consulta al menos 3 fuentes de información, respeta el formato de cada recurso utilizado (línea de tiempo, mapa mental o mapa conceptual), sin faltas de ortografía, referencias en estilo APA. Valor 100 puntos.
Estrategia 1.3.1.1                      2. Debate	U1P2: Presentar ante el grupo las opiniones, propuestas y conclusiones sobre la aplicación y utilidad de las Relaciones Públicas en los diferentes sectores y en particular en los agronegocios. Argumentar su postura, respetar las opiniones de los compañeros, conducirse con respeto, no gritar y esperar su turno. Valor 100 puntos.
Estrategias 1.4.1.1 y 1.5.1.1              3. Organigramas	U1P3: Se entregan 2 organigramas: uno del Departamento interno de una organización y otro sobre una empresa de RRPP. Cada organigrama contiene

		<p>todas las funciones que corresponden a RRPP cada recuadro contiene el nombre de un puesto, los puestos agrupan una o varias funciones, los puestos se unen con líneas continuas o punteadas según su tipo de autoridad y no con flechas, las líneas son verticales y horizontales y no inclinadas. Se puede apreciar fácilmente la división del trabajo y la jerarquización de funciones. Valor 100 puntos.</p>
Estrategia 2.1.1.1	4. Ensayo	<p>U2P1: El ensayo aborda el tema correspondiente, contiene implícitos introducción, desarrollo y conclusión, incluye al menos 5 fuentes de información, excelente redacción y ortografía, citas y referencias en estilo APA. Valor 100 puntos.</p>
Estrategia 2.2.1.1	5. Tabla y ejemplos de comunicación	<p>U2P1: Elabora una tabla que incluya los tipos de público, las formas y los medios de comunicación con cada tipo. Redacta un ejemplo de al menos 5 formas diferentes de comunicación a través de diferentes medios. Excelente redacción y ortografía. Formato correcto según el tipo de documento que redacta.</p> <p>U2P3: Cada equipo lleva evidencia sobre la investigación previa que realizó según el tema asignado. Resuelven el caso en el tiempo establecido. Todos los integrantes participan y aportan ideas para resolver el caso. La exposición es clara y con argumentos sólidos. Mantiene la disciplina durante la actividad. Entregan sus conclusiones al profesor. Valor 100 puntos</p>
Estrategias 2.3.1.1 y 2.4.1.1	6. Estudio de casos	
Estrategias 3.1.1.1 y 3.2.1.1, 3.3.1.1 y 3.4.1.1:	7. Exposición	<p>U3P1: La presentación incluye toda la información solicitada. El diseño es formal, no abusa de los textos, incluye imágenes, excelente ortografía, incluye referencias en estilo APA. En la exposición se demuestra el dominio del tema, la presentación es un apoyo y no un material de lectura, el alumno explica y da ejemplos, muestra seguridad en sí mismo. Valor 100 puntos.</p> <p>U3P2: La información corresponde a una empresa de agronegocios, expone un problema de imagen corporativa, contiene propuestas acordes con la teoría, revisa el caso de otro equipo y ofrece retroalimentación.</p>
Estrategias 3.1.1.2, 3.2.1.2, 3.3.1.2 y 3.4.1.2	8. ABP	
Estrategias 4.4.1.1, 4.2.1.1, 4.3.1.1, 4.4.1.1 y 4.4.1.2	9. Plan de RRPP	<p>U4P1: Elabora un plan de RRPP sobre una empresa de agronegocios que incluye las cuatro fases (investigación, planificación, comunicación y</p>

evaluación). Trabajo en equipo. Entrega a tiempo cada una de las fases del plan. Sin faltas de ortografía, buena redacción, excelente presentación. Elabora una presentación en ppt y lo expone. Valor 100 puntos.

#### Ponderación de la Evaluación

#### Calificación

#### Acreditación

Unidad de competencia 1	15%	U1P1: 5%, U1P2: 5%, U1P3: 5%	Productos:	90%
Unidad de competencia 2	15%	U2P1: 5%, U2P2: 5%, U3P3: 5%	*Otros:	10%
Unidad de competencia 3	20%	U3P1: 10%, U3P2:10%		
Unidad de competencia 4	40%	U4P1: 30%		

\*En este rubro el profesor o la academia pueden determinar otros criterios como asistencia a clases, asistencia a eventos o actividades extracurriculares, participaciones en clase, visitas a empresas, etc.

#### Perfil Docente Deseable

Licenciado o maestro en el área de las ciencias administrativas, preferentemente con experiencia en Relaciones Públicas, habilidades de liderazgo, comunicación, creatividad y manejo de tecnologías de la información.

#### Fuentes de Información

## Básica

1. Fajardo Valencia, G.C., y Nivia Florez, A. M. (2016). Relaciones públicas y comunicación organizacional. Ejes de la comunicación: guía de conceptos y saberes. Bogotá: Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano
2. Tapia Frade, A. (2015). Fundamentos de las relaciones públicas. España: Pirámide
3. Wilcox, Deniss, L. (2012). Relaciones públicas. Estrategias y tácticas. 10ª ed. Prentice Hall.
4. Wilcox, D. L. C., XIFRA, G. T., Wilcox, J. L., Cameron, G. T., & Xifra, J. (2006). Relaciones públicas: Estrategias y tácticas. Pearson. Disponible en <http://dspace.ucbscz.edu.bo/dspace/bitstream/123456789/13225/1/10008.pdf>
5. Lattimore, D. (2008). Plan de relaciones públicas y comunicación integral. 2ª ed. McGraw Hill

## Complementaria

6. Xifra, Jordi. (2005). Planificación estratégica de las relaciones públicas. Paidós Ibérica
7. Bonilla Gutiérrez, C. (2005). Relaciones públicas: Factor de competitividad para empresas e instituciones. S.L. Grupo Patria Cultural. Alay Ediciones
8. Mercado, S. (2001). Relaciones públicas aplicadas. Thomson.

## Páginas web o recursos digitales

1. wdg.biblio.udg.mx
2. Entrepreneur. <https://www.entrepreneur.com>
3. La revista de relaciones públicas. <http://revistarelacionespublicas.uma.es>
4. Revista internacional de relaciones públicas. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/revista?codigo=16058>
5. Link. La revista de relaciones públicas. No. 16 <http://www.ucalp.edu.ar/wp-content/uploads/files/pdf/revistaLink/2016/LINKnumero16-01.pdf>
6. Grunig y Hunt. (2009). El reto de las relaciones públicas. Cuatro modelos. <http://elretodelasrelacionespublicas.blogspot.mx/2009/11/cuatro-modelos-de-grunig-y-hunt.html>
7. Las relaciones públicas y su pensamiento estratégico en el siglo XXI. <http://revistavirtualla39.blogspot.mx/2013/09/especiales-las-relaciones-publicas-y-su.html>
8. <https://www.merca20.com/category/rp/>
9. Link: marketing y servicios. <http://linkmys.com/eventos-y-relaciones-publicas/>
10. Revista Razón y Palabra. [http://www.razonypalabra.org.mx/N/N70/index\\_N70.html](http://www.razonypalabra.org.mx/N/N70/index_N70.html)
11. Portal de relaciones Públicas. RRPPNet. <http://www.rppnet.com.ar/>
12. Ardilla, I. (2013). 10 pasos imprescindibles para un plan de relaciones públicas. PyM. Recuperado de <http://www.revistapym.com.co/noticias/agencias-relaciones-publicas/10-pasos-imprescindibles-plan-relaciones-publicas>
13. Seis pasos para desarrollar un plan de relaciones públicas. <http://www.agenciasdecomunicacion.org/relaciones-publicas/seis-pasos-para-desarrollar-su-plan-de-relaciones-publicas-y-medios-de-comunicacion.html>
14. Meranues, R. (2012). ABC de las relaciones públicas. *Entrepreneur*. Recuperado de <https://www.entrepreneur.com/article/265655>
15. Rojas Orduña, O. I. (2012). Relaciones públicas la eficacia de la influencia. 3ª ed. Madrid: ESIC <https://books.google.com.mx/books?id=0x7njUWRxxcC&pg=PA105&lpg=PA105&dq=relaciones+p%C3%BAblicas+LINK&source=bl&ots=->



[4oGwojMli&sig=YGXuf3hVsu1w3TpxB64Hz9U1uIA&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwii1arhgozTAhUnsFQKHR-zA\\_sQ6AEIMTAF#v=onepage&q=relaciones%20p%C3%BAblicas%20LINK&f=false](https://www.youtube.com/watch?v=4oGwojMli&sig=YGXuf3hVsu1w3TpxB64Hz9U1uIA&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwii1arhgozTAhUnsFQKHR-zA_sQ6AEIMTAF#v=onepage&q=relaciones%20p%C3%BAblicas%20LINK&f=false)

16. ¿Qué son las relaciones públicas? <https://www.youtube.com/watch?v=iOglgc1JZo>

17. Shapiro Florence. El poder de las relaciones públicas. <https://www.youtube.com/watch?v=f7KTU0PzOj8>

Elaborado por	Fecha
Adela García Hernández	03/04/2017
Actualizado por	Fecha
Adela García Hernández	03/04/2017