



## Datos generales

- Fecha del Examen Extraordinario: Del 3 al 24 de junio del 2023.
- Nombre del profesor(a): María Elena Hernández Huerta
- Correo electrónico del profesor (a): [mahelenahh@hotmail.com](mailto:mahelenahh@hotmail.com), [mariehh@politicas.unam.mx](mailto:mariehh@politicas.unam.mx)  
(Ambos, por favor)
- Clave de la materia: 2508
- Nombre de la materia: Relaciones Públicas
- Licenciatura: Ciencias de la Comunicación
- Semestre al que pertenece: Quinto
- Carácter de la materia (obligatoria u optativa): Obligatoria
- Número de créditos: 08

## Características del examen

La asignatura de Relaciones Públicas señala los siguientes objetivos:

- **Generales.** - El alumno conocerá los principios básicos, orígenes y el desarrollo de las Relaciones Públicas, desde el ámbito nacional e internacional, así como las diferentes teorías y áreas que sustentan a esta disciplina.  
Comprenderá la importancia de la materia en el desarrollo de la cultura, identidad, imagen, reputación y opinión de los públicos internos y externos, y las organizaciones.  
Conocerá las bases teóricas-metodológicas para la elaboración de un Plan de Relaciones Públicas.
- **Específicos.** - El alumno será capaz de comprender las nociones, teorías y tipos de públicos.



Aplicar la metodología y elementos para la elaboración de un Plan de relaciones públicas.

Usar las nuevas tecnologías en las relaciones públicas

- Temario

Tema 1. Antecedentes y evolución

1.1 Definiciones y objetivos

1.2 Orígenes y evolución en México y el mundo

1.3 Diversas disciplinas y áreas vinculadas

1.3.1 Imagen e identidad, cultura, gestión, planeación, liderazgo

1.3.2 Periodismo, mercadotecnia, publicidad, propaganda

1.4 Vínculos con las teorías y escuelas de las organizaciones y la comunicación

Tema 2. Opinión pública

2.1 Teorías de la opinión pública

2.2 Herramientas de medición

2.3 Discurso y persuasión

2.4 Medios y periodismo

Tema 3. Públicos

3.1 Tipos de públicos

3.2 Teoría Situacional. Los públicos de Grunig

3.3 Internos y externos

3.4 Los Stakeholders

3.5 Los voceros

3.6 Los líderes

3.7 Medios internos y externos

Tema 4. Gestión de crisis

4.1 Definición de crisis, características, impacto y comunicación en tiempos de crisis

4.2 Plan de crisis

4.3 Entrenamiento en medios

4.4 Las Relaciones con la comunidad

Tema 5. Ética y reputación

5.1 Conceptos en torno a la ética

5.1.1 La ética en el ejercicio de las relaciones públicas

5.2 La reputación como activo de la organización

5.2.1 La comunicación de la reputación

- **Bibliografía básica:**

Tema 1

BLACK, Sam, ABC de las relaciones públicas, Tercera edición, Ed. Gestión 2000, Barcelona, 1994.



GRUNIG, James E., et al., Dirección de relaciones públicas, Ed. Gestión 2000, España, 2000, pp.757.

MERCADO, Salvador, Relaciones públicas aplicadas, Thompson Learning, México, 2002.

WILCOX, D. et al, Relaciones públicas. Estrategias y tácticas, 6ª ed., Prentice Hall, Madrid, 2003.

#### Tema 2

ALARICO GÓMEZ, Carlos, Gerencia de relaciones públicas y protocolo, Los libros de El Nacional, 2005.

BERCHOLC, Jorge, Opinión pública y medios de comunicación: nuevas cuestiones, La Ley, 2003.

CUENCA FONTBONA, Joan, Las auditorías de las relaciones públicas, Editorial UOC, Barcelona, 2012.

D'ADAMO, Orlando y otros, Medios de comunicación y opinión pública, McGraw-Hill Interamericana de España S.L., 2007.

MONZÓN ARRIBAS, Cándido, Opinión pública, comunicación y política, Tecnos, 2006.

#### Tema 3

CALDEVILLA DOMÍNGUEZ, David, Manual de relaciones públicas, Editorial Visión Libros, España, 2007.

MÍGUEZ GONZÁLEZ, María Isabel, Los públicos en las relaciones públicas, Editorial UOC, Barcelona, 2010.

ROJO VILLADA, Pedro Antonio, Gestión de las relaciones públicas: las relaciones con los públicos de la organización de la estrategia empresarial, DM, 2001.

XIFRA TRIADÚ, Jordi, Técnicas de las relaciones públicas, Editorial UOC, Barcelona, 2007.

#### Tema 4

WILCOX, D. et al, Relaciones públicas. Estrategias y tácticas, 6ª ed., Prentice Hall, Madrid, 2003.

MERCADO, Salvador, Relaciones públicas aplicadas, Primera edición, Thompson Learning, México, 2002.

BLACK, Sam, ABC de las relaciones públicas, Tercera edición, Ed. Gestión 2000, Barcelona, 1994.

FITA, Jaume, Comunicación en programas de crisis, Ed. Gestión 2000, España, 1999, pp. 217.

LERDO DE TEJADA Y GOMINA, El Lobbying en México, Porrúa, México, 2005.

XIFRA, Jordi, Lobbying. Cómo influir eficazmente en las decisiones de las instituciones públicas, Gestión 2000, Barcelona, 1999.

HULA, Kevin W., Cabildeo / Lobbying, Limusa Noriega Editores, México, 2002.

#### Tema 5



DE LA ISLA, Carlos, *Ética y empresa*, México, Ed. Instituto Tecnológico Autónomo de México, Unión Social de Empresarios de México A.C. y Fondo de Cultura Económica, 2000, pp. 287.

VILLAFANE, Justo, *La buena reputación: claves del valor intangible de las empresas*, Pirámide, Madrid, 2004, pp. 194.

VILLAFANE, Justo, *Quiero trabajar aquí: las seis claves de la reputación interna*, Pearson Prentice Hall, Madrid, 2006, pp. 101.

WILCOX, Dennis L., et. al., *Relaciones públicas: estrategias y tácticas*, Pearson Educación, Madrid, 2012, pp. 630.

XIFRA TRIADÚ, Jordi, *Relaciones públicas, empresa y sociedad: una aproximación ética*, Ed.UOC: El Ciervo, Barcelona, 2010, pp. 129.

## Examen

Los temas de los ensayos son:

- 1.- ***Las Relaciones Públicas en el siglo XXI.***
- 2.- ***Evolución histórica de las Relaciones Públicas y sus teorías.***

Cada ensayo tendrá como máximo 15 cuartillas y mínimo 10, será en letra *Arial* de 12 pts., con el interlineado normal (1.0), incluirá aparato crítico en formato APA.

Nota: La bibliografía citada no es limitante, puede consultar adicionales siempre y cuando se haga la referencia.

## Criterios de acreditación

•