



Datos generales

- Período de Examen Extraordinario: **Del 21 al 28 de junio de 2025**
- **Fechas de aplicación: 21 al 28 de junio de 2025. Únicamente se recibirán trabajos en este periodo, vía correo electrónico.**
- Nombre del profesor(a): Tapia Carbajal Imelda Marisol
- Correo electrónico del profesor (a): **imarisol.tapiac@politicas.unam.mx**
- Clave de la materia: 2053
- Nombre de la materia: Plan de relaciones públicas para diversos sectores organizacionales
- Licenciatura: Ciencias de la comunicación
- Semestre al que pertenece: 6º, 7º y 8º
- Carácter de la materia (obligatoria u optativa): optativa
- Número de créditos: 08

Características del examen

Temario

- Unidad 1. Las relaciones públicas y los tres sectores base: empresas, instituciones y organismos representativos.
- Unidad 2. Relaciones públicas y su campo de acción según públicos de interés.
- Unidad 3. El plan de relaciones públicas.

Contenidos a evaluar

- Con base en las concepciones teóricas, así como las herramientas básicas de las relaciones públicas aplicadas a diversos sectores organizacionales, los alumnos deberán elaborar el trabajo solicitado como examen extraordinario.

Bibliografía básica

- FERNÁNDEZ, J., 2009, Redacción en relaciones públicas, Prentice Hall, México.
- WILCOX, DENNIS, 2006, Relaciones públicas. Estrategias y tácticas, Pearson, Madrid.

Bibliografía complementaria

- Los alumnos pueden consultar cualquier libro reconocido de Relaciones Públicas. Se recomiendan autores como Jordi Xifra, Dennis Wilcox, Salvador Mercado, Octavio Rojas, Sam Black, James Grunig, entre otros.

* En el plan de estudios de la materia se recomiendan más fuentes de consulta.

Recursos de evaluación:

El examen extraordinario de la asignatura optativa *Plan de relaciones públicas para diversos sectores organizacionales* consistirá en la elaboración de una *propuesta* de relaciones públicas.



Examen

- Para la elaboración de la **propuesta de relaciones públicas**, se deberá considerar lo siguiente:
 1. Elegir una organización que pertenezca a cualquiera de los tres sectores que indica el plan de estudios de la asignatura (empresarial, organismos representativos, instituciones).
 2. Si se tiene conocimiento de que la organización tiene una necesidad de comunicación y/o relaciones públicas específica, se deberá explicar y retomar para elaborar la propuesta.
 3. Si se desconoce esta información, se deberá seleccionar cualquiera de los siguientes enfoques hipotéticos:
 - Opción 1: propuesta de Responsabilidad Social y/o Sostenibilidad.
 - Opción 2: propuesta enfocada en la relación de la organización con el tercer sector.
 - Opción 3: propuesta para dar a conocer la creación de una “Fundación” propia (en caso de que la organización seleccionada no pertenezca a este sector).
 4. La propuesta deberá contemplar *seis meses de trabajo* en 2025 y/o 2026.
 5. La propuesta se basará en los elementos del “Modelo RACE” (investigación, análisis, comunicación y evaluación) desarrollado por John Marston (*The Nature of Public Relations*).
- **Contenido y organización de la propuesta (con base en el Modelo RACE):**
 - **Portada**
 - Personalizar como se prefiera.
 - Indispensable incluir: nombre completo del alumno, entidad académica, nombre de la asignatura, nombre del profesor (a) y fecha de entrega.
 - **Introducción (investigación-análisis)**
 - Explicar la problemática.
 - ✓ Se deberá señalar si se trata de una necesidad específica y actual de la organización en términos de comunicación y/o relaciones públicas o si se partirá de alguno de los tres enfoques hipotéticos y cómo se abordará.
 - Integrar los hallazgos de la investigación que sirvieron para dar la perspectiva estratégica a la propuesta.
 - Incluir análisis FODA, PEST, PESTEL, encuestas, entrevistas, sondeos, etcétera.
 - **Propuesta de relaciones públicas (comunicación)**
 - Objetivo (s) – mínimo uno, máximo dos.
 - Públicos – los que se detecten como necesarios.
 - Estrategia (s) – mínimo una, máximo dos.
 - Tácticas – mínimo tres, máximo cinco.
 - Seguimiento (calendario de *seis meses* de trabajo).
 - ✓ Un ejemplo de calendario es el siguiente, no debe ser el mismo, hay que crear uno propio con base en la propuesta presentada:



Criterios de acreditación

IMPORTANTE:

- **Una semana antes** de las *fechas de aplicación*, los alumnos inscritos al examen extraordinario, deberán confirmar **al correo electrónico del profesor (a)** la **lectura** de estos **lineamientos** y su **participación en el examen**.
 - Solo se evaluarán los trabajos de quienes hayan confirmado.
 - Los alumnos inscritos pueden consultar dudas con respecto a estos lineamientos por correo electrónico.
 - **No** se responderán dudas relacionadas con el desarrollo y/o contenido de los trabajos con el fin de no incidir ni favorecer en forma alguna.
- La recepción de trabajos será **exclusivamente del 21 al 28 de junio de 2025** a través del **correo electrónico del profesor (a)**.
 - **NO** se tomarán en cuenta las pruebas que se entreguen **antes o después** del **periodo** señalado, aun cuando hayan confirmado su participación por correo electrónico.
- Los trabajos que **NO** cumplan con alguno de los requisitos indicados en estos lineamientos no serán evaluados.
- **ATENCIÓN:** si el trabajo presenta **más de 5 errores** de redacción, ortografía y/o gramaticales, **se restará 1 punto sobre el total de la calificación**.
- *El jurado se reserva el derecho de otorgar y asentar en actas las calificaciones que considere pertinentes, con base en los trabajos presentados. No habrá modificaciones solicitadas por los alumnos.*
 - Los alumnos deberán esperar la publicación de las actas, no se enviarán calificaciones por correo electrónico.