



### Datos generales

- Periodo de Examen Extraordinario: **24 al 31 de enero de 2026**
- Fecha de aplicación (entrega): **lunes 26 de enero de 2026 (vía correo electrónico)**
- Nombre del profesor(a): Imelda Marisol Tapia Carbajal
- 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.*

#### Recurso 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.
- Características de presentación del trabajo:
  - El trabajo se puede realizar en WORD, POWER POINT, CANVA y/o cualquier otro programa, pero se deberá **entregar en formato PDF. Únicamente se revisarán los trabajos que se entreguen en archivo PDF. No se aceptarán enlaces para visita y/o descarga.**



- Extensión: mínimo 10 cuartillas, máximo 20 cuartillas (sin contar portada, anexos y bibliografía).
- Portada: se puede personalizar como se prefiera, pero es indispensable incluir nombre completo del alumno (a), entidad académica, nombre de la asignatura, nombre de la profesora y fecha de entrega.
- Dentro de la propuesta no se podrán incluir imágenes grandes (de media cuartilla o una página completa). Si se desea agregar estos recursos como complemento de la propuesta, se deberán integrar en el apartado de "Anexos".
- El trabajo presentado como examen extraordinario para la asignatura *Plan de relaciones públicas para diversos sectores organizacionales* deberá ser creativo, personalizado, original y estratégico, además de reflejar conocimientos y aprendizajes de la materia.
- No se permite el uso de herramientas de *inteligencia artificial* para elaborar la propuesta.
- Es obligatorio citar correctamente todas las citas y bibliografía. *No al plagio:* <http://www.eticaacademica.unam.mx/Plagio.html>
- De ser necesario, se recomienda que los alumnos revisen las diferencias entre relaciones públicas, publicidad y marketing para que no presenten una propuesta equivocada o con un enfoque incorrecto.

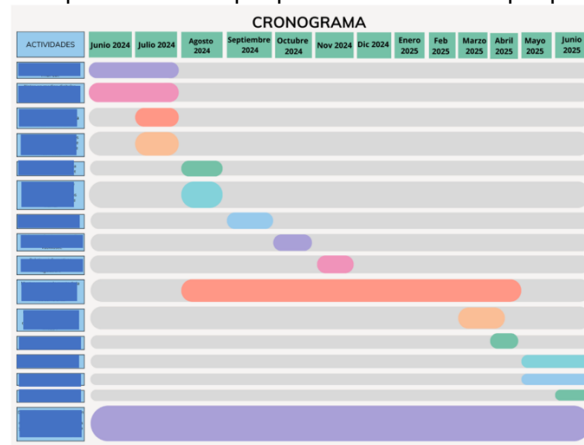
### Examen

- **Para la elaboración de la propuesta de relaciones públicas, se deberá considerar lo siguiente:**
  1. Con base en el "caso Benetton" ([ver documento con la información aquí](#)), imagina que la empresa te contrata para hacer un último esfuerzo para no "desaparecer" en México y recobrar el auge que hace varias décadas tuvieron.
  2. Para ello, deberás elaborar un plan de relaciones públicas que integre lo siguiente:
    - Acciones corporativas de Responsabilidad Social y/o Sostenibilidad en México
    - Plan de relanzamiento de la marca en México
      - ¿Cómo integrarías a los tres sectores revisados en el plan de la asignatura en la propuesta (empresas, instituciones y organismos representativos)?
      - Toma en cuenta las causas que enumera la nota para investigar y elaborar tu propuesta, por ejemplo ¿qué puedes hacer para revertir la imagen de obsolescencia de la empresa? o ¿cómo "conectar" con los públicos actuales?
        - *No se trata de hacer un modelo de negocio nuevo, ese no es nuestro campo de trabajo, sino de analizar lo que ya tienen (negocio, calidad de sus materiales-insumos, buenas prácticas, etcétera) y considerar qué se puede rescatar, reforzar y mejorar para que la empresa no desaparezca.*
  3. La propuesta deberá contemplar un año de trabajo (a partir de 2026).
  4. Basarse 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):**

- Introducción (investigación-análisis)
  - 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)
  - Tácticas – mínimo cuatro, máximo seis. (Considera que el presupuesto puede ser limitado por la situación actual de la empresa).
  - Seguimiento (calendario de un año 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:



- Evaluación
  - ¿Qué métricas se utilizarán para evaluar los resultados?
    - ✓ Deberán coincidir con las actividades o tácticas integradas en la propuesta.
- Anexos
  1. Herramienta de publicity
    - Elaborar un comunicado de prensa para generar cobertura mediática (sin pago de por medio. *No ventas, no publicidad*).
  2. Reflexiones finales en torno a la elaboración de la propuesta
    - Por ejemplo, con base en la asignatura *Plan de relaciones públicas para diversos sectores organizacionales* ¿qué aprendizajes obtuviste y/o reforzaste con la elaboración de esta propuesta?
- Bibliografía



## Criterios de acreditación

### IMPORTANTE:

- Del **19 al 23 de enero**, es decir, una semana antes del periodo y fecha de aplicación, los alumnos inscritos al examen extraordinario deberán **confirmar al correo electrónico de la profesora 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 el **lunes 26 de enero de 2026** a través del **correo electrónico** de la profesora.
  - Por ningún motivo se tomarán en cuenta las pruebas que se entreguen *antes o después* de la fecha señalada, aun cuando hayan confirmado su participación por correo electrónico.
- Los trabajos deben cumplir con todos los requisitos indicados en estos lineamientos para poder ser 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 (profesora) 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.