

1. Datos Generales de la asignatura

Nombre de la asignatura:	Taller de Relaciones Públicas
Clave de la asignatura:	DNH-2302
SATCA¹:	1-3-4
Carrera:	Ingeniería en Gestión Empresarial

2. Presentación

<p>Caracterización de la asignatura</p> <p>En un mundo globalizado, donde la comunicación es multidireccional, el trato con personas de otras nacionalidades es constante y los umbrales culturales son cada vez más expandidos, es necesario, que el futuro Ingeniero en Gestión Empresarial conozca a profundidad e incluso domine los fundamentos de las relaciones públicas. Permitiendo con ello una interacción correcta y concreta en el mismo canal de comunicación complejo, incrementando a la vez su acervo cultural y global de la terminología propia de las relaciones a escala de primer mundo.</p> <p>Por consecuencia, esta asignatura aporta al perfil del Ingeniero en Gestión Empresarial la capacidad de organizar eventos diseñados y estructurados con fundamento en las necesidades específicas que se presenten en las organizaciones, contará también con el conocimiento de la heráldica y la vexilología, fundamentales en trato con europeos y asiáticos, así como en relaciones con embajadas y entidades de extremo protocolo, conocerá la diferencia entre protocolo y etiqueta y la relevancia que éstos presentan en cada ceremonia y evento social de gran talante.</p> <p>Por lo que se pide que el docente que imparta la materia tenga entre su desarrollo profesional estudios de postgrado referentes a las relaciones públicas y la publicidad, tenga experiencia en la realización de eventos culturales, así como eventos sociales o ceremonias oficiales, además de conocer al detalle o bien con cierto dominio las complejidades de la imagen y sus derivaciones psicológicas y de percepción.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Esta materia tiene vínculo directo con las anteriores materias cursadas y aprobadas de la especialidad en mercadotecnia, pues es de los últimos eslabones en el desarrollo académico del ingeniero en desarrollo.
<p>Intención didáctica</p> <p>En la unidad uno se aborda de manera general lo referente a las relaciones públicas, su importancia, así como las funciones y habilidades necesarias en la persona que</p>

¹ Sistema de Asignación y Transferencia de Créditos Académicos

ocupa el área. En la segunda unidad se presentan las generalidades de la imagen y su trascendencia en el ámbito organizacional. Toma como referencia la percepción y su enfoque psicológico, permitiendo al ingeniero en gestión empresarial con especialidad en mercadotecnia tener las herramientas de las ciencias sociales en cuanto a escrutinio de la persona y su alcance cognitivo para la aplicación de los conocimientos científicos. Habla además de la importancia de la persuasión y su empleo como estrategia para el alcance de los objetivos que se propongan.

En la segunda unidad “Relaciones públicas internas” se otorgarán los conocimientos en cuanto a imagen personal, pues se abordarán las temáticas de la imagen personal, la vestimenta y el estilo de persona dependiendo de su comportamiento y puesto en la escala jerárquica de la organización. Se manejará la teoría de los sentimientos y se hará énfasis en la asertividad e inteligencia emocional, temas en boga y plenamente discutidos y abordados por la comunidad de profesionales no solo de nuestro país.

Ya en la tercera unidad se conocerán las relaciones públicas externas, donde la opinión pública es de trascendencia para la modificación y mejora de la imagen corporativa de la institución. Se habilitará además al alumno en la importante y específica práctica del cabildeo, escenario indiscutible de las relaciones diplomáticas de toda índole.

- Y por último se presenta el protocolo y ceremonial, en esta unidad se detalla la importancia de la precedencia en los eventos formales, así como la relevancia de la diplomacia en el trato con las diferentes nacionalidades en tratados y convenios comerciales. Se desglosa la ciencia de la vexilología y sus derivaciones, así como la capacidad de interpretar las heráldicas, escudos y colores de las instituciones.

3. Participantes en el diseño y seguimiento curricular del programa

Lugar y fecha de elaboración o revisión	Participantes	Observaciones
Instituto Tecnológico Nacional Apatzingán, sala L2 07/06/2022	Academia de Ingeniería en Gestión Empresarial	Reunión Extraordinaria 52. Revisión de la especialidad de la carrera, no se presentan modificaciones.

4. Competencia(s) a desarrollar

Competencia(s) específica(s) de la asignatura
Aplica los fundamentos de las relaciones públicas a la organización en ceremonias formales y eventos sociales de forma profesional y concreta, respetando la imagen y los lineamientos del protocolo y la diplomacia.

5. Competencias previas

- Conocer los fundamentos de la mercadotecnia y la publicidad.
- Análisis de documentos.
- Fundamentos de la multiculturalidad
- Conocimientos de una segunda lengua.
- Practicar la búsqueda exhaustiva de información confiable.
- Tener apertura a la diversidad de puntos de vista.
- Practicar el dialogo crítico.
- Cultura y sus acepciones.
- Trabajar en forma colaborativa.
- Conocer los aspectos básicos de la personalidad.
- Conocer los fundamentos de la sociología

6. Temario

No.	Temas	Subtemas
1	Antecedentes de la Relaciones Públicas	1.1 Antecedentes Históricos Internacionales y Nacionales de las Relaciones Públicas. 1.2 El proceso de las Relaciones Públicas. 1.3 La Ética y Responsabilidad Social de las Relaciones Públicas. 1.4 Diferencias de las Relaciones públicas y las Relaciones Públicas en la Mercadotecnia 1.5 Competencias, Aptitudes y destrezas de los encargados de las Relaciones Públicas 1.6 Estructura y Función del Departamento de las Relaciones Públicas propias en las organizaciones
2	Imagología	2.1 Psicología de la Imagen 2.2 Paradigmas de percepción 2.3 Auditoría de Imagen 2.4 Dramatización de la realidad 2.5 Persuasión e Identidad 2.6 Tipología de la imagen
3	Endomarketing	3.1 Teoría de los sentimientos 3.2 Conducta organizacional 3.3 Semiótica del vestuario 3.4 Diseño y estilo de la persona 3.5 Técnicas contemporáneas de RR.PP. (modelo de las 5"p") 3.6 Organización de eventos
4	Relaciones Públicas Externas	4.1 Opinión Pública 4.2 Imagen Ambiental 4.3 Imagen Profesional 4.4 Cabildeo 4.5 Fundraising (Recaudación de fondos)
5	Protocolo y ceremonial	5.1 Ceremonial

		<p>5.2 Precedencia 5.3 Vexilología 5.4 Diplomacia 5.5 Derecho de legación 5.6 Lenguaje diplomático escrito 5.7 Evaluación de un evento de relaciones públicas.</p>
--	--	--

7. Actividades de aprendizaje de los temas

1. Antecedentes de las Relaciones Públicas	
Competencias	Actividades de aprendizaje
<p>Específica(s):</p> <p>Reconocer el papel estratégico de las Relaciones Públicas para el logro de los objetivos de la dentro de la organización</p> <p>Genéricas:</p> <p>Competencias instrumentales</p> <ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de análisis y síntesis • Capacidad de organizar y planificar • Comunicación oral y escrita • Habilidad para buscar y analizar información proveniente de fuentes diversas • Solución de problemas • Toma de decisiones. <p>Competencias interpersonales</p> <ul style="list-style-type: none"> • Capacidad crítica y autocrítica • Trabajo en equipo • Habilidades interpersonales • Capacidad de trabajar en equipo interdisciplinario • Capacidad de comunicarse con profesionales de otras áreas • Apreciación de la diversidad y multiculturalidad • Habilidad para trabajar en un ambiente laboral 	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar un mapa conceptual que contemple el concepto y el proceso de las Relaciones Públicas. • Presentar ejemplos donde se muestre la diferencia entre relaciones y relaciones públicas en la mercadotecnia. • Investigar las aptitudes y destrezas necesarias del encargado de relaciones públicas. • A través de una representación o socio drama mostrar las aptitudes y destrezas necesarias del encargado de relaciones públicas. • Por medio de un diagrama representar la estructura del Depto. de Relaciones Públicas. • Analizar las funciones del Depto. de Relaciones Públicas.

<ul style="list-style-type: none"> • Compromiso ético • Competencias sistémicas • Aplicar los conocimientos en la práctica. • Habilidades de investigación • Capacidad de aprender • Capacidad de generar nuevas ideas. 	
<p>2. Imagología</p>	
<p>Competencias</p>	<p>Actividades de aprendizaje</p>
<p>Específica(s):</p> <p>Comprende las complejidades y la importancia de la imagen en toda su tipología en la percepción de las instituciones e individuos para la modificación de la misma.</p> <p>Genéricas:</p> <p>Competencias instrumentales</p> <ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de análisis y síntesis • Capacidad de organizar y planificar • Comunicación oral y escrita • Habilidad para buscar y analizar información proveniente de fuentes diversas • Solución de problemas • Toma de decisiones. <p>Competencias interpersonales</p> <ul style="list-style-type: none"> • Capacidad crítica y autocrítica • Trabajo en equipo • Habilidades interpersonales • Capacidad de trabajar en equipo interdisciplinario • Capacidad de comunicarse con profesionales de otras áreas 	<ul style="list-style-type: none"> • Elaborar un mapa conceptual donde se redacten los tipos de imagen y su descripción. • Encuestar a un segmento de la población para identificar el nivel de conocimientos que la población tiene en cuanto a imagen. • Analizar videos musicales, documentales o películas donde se aprecie la diversidad de percepciones y su complejidad, redactando un reporte por cada medio analizado. • Representar en sociodramas como se ejerce la persuasión en los diferentes ámbitos profesionales y terminar la actividad con una reflexión grupal. • Estructurar un cuadro comparativo de las diversas corrientes contemporáneas de la psicología y su enfoque referente a la percepción. • Redactar un ensayo cuyo tema principal sea el término identidad y de cómo éste puede ser aplicado en diferentes ámbitos

<ul style="list-style-type: none"> • Apreciación de la diversidad y multiculturalidad • Habilidad para trabajar en un ambiente laboral • Compromiso ético • Competencias sistémicas • Aplicar los conocimientos en la práctica. • Habilidades de investigación • Capacidad de aprender • Capacidad de generar nuevas ideas. 	
<p>3. Endomarketing</p>	
<p>Competencias</p>	<p>Actividades de aprendizaje</p>
<p>Específica(s):</p> <p>Emplea los rudimentos del diseño y el estilo para la modificación de la imagen personal.</p> <p>Aplica las distorsiones de las emociones y su relación con la inteligencia emocional, para evitar conflictos institucionales</p> <p>Genéricas:</p> <p>Competencias instrumentales</p> <ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de análisis y síntesis • Capacidad de organizar y planificar • Comunicación oral y escrita • Habilidad para buscar y analizar información proveniente de fuentes diversas • Solución de problemas • Toma de decisiones. <p>Competencias interpersonales</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Presentar en video o diapositivas cual es el reglamento de comportamiento más común en las organizaciones. • Comparar distintos códigos de ética de diferentes organizaciones y elaborar una síntesis de los puntos en que concuerdan. • Elaborar una línea del tiempo del avance del estilo profesional en los ámbitos laborales. • Investigar en diversas fuentes de consulta los tipos de vestimenta adecuadas a las diferentes circunstancias laborales. • Elaborar un manual de imagen profesional con el aporte grupal quedando como guía para su uso en eventos académicos y para posteriores generaciones. • Exponer en equipos los distintos tipos de imagen personal que se presentan en las fuentes de consulta formales investigadas. • Elaborar una guía de organización de eventos institucionales para su ejecución en eventos de la academia o de la misma institución.

<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad crítica y autocrítica • Trabajo en equipo • Habilidades interpersonales • Capacidad de trabajar en equipo interdisciplinario • Capacidad de comunicarse con profesionales de otras áreas • Apreciación de la diversidad y multiculturalidad • Habilidad para trabajar en un ambiente laboral • Compromiso ético • Competencias sistémicas • Aplicar los conocimientos en la práctica. • Habilidades de investigación • Capacidad de aprender • Capacidad de generar nuevas ideas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Organizar un evento en conjunto al departamento de comunicación para fortalecer la enseñanza en clase y vincular el apoyo entre departamentos y entre el alumnado y el personal administrativo
<p>4. Relaciones Públicas externas</p>	
<p>Competencias</p>	<p>Actividades de aprendizaje</p>
<p>Específica(s):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Coordina eventos y ceremonias en las organizaciones, con diseños y estructuras formales y profesionales. <p>Genéricas:</p> <p>Competencias instrumentales</p> <ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de análisis y síntesis • Capacidad de organizar y planificar • Comunicación oral y escrita • Habilidad para buscar y analizar información proveniente de fuentes diversas • Solución de problemas • Toma de decisiones. 	<ul style="list-style-type: none"> • Investigar en la comunidad la cantidad de fundaciones que están en funcionamiento y su aporte a la sociedad. • Estructurar una fundación con responsabilidad social, donde plasmen los conocimientos generales adquiridos en el curso de su carrera, para ejercer los conocimientos de las relaciones públicas en ella. • Realizar un sondeo de opinión pública con relación a un producto o un servicio real que la sociedad consume y exponer los resultados en plenaria. • Investigar en diversas fuentes con respaldo cuales son los elementos que integran a la imagen corporativa. • De la investigación anterior elaborar un cuadro sinóptico o mapa conceptual de la información

<p>Competencias interpersonales</p> <ul style="list-style-type: none"> • Capacidad crítica y autocrítica • Trabajo en equipo • Habilidades interpersonales • Capacidad de trabajar en equipo interdisciplinario • Capacidad de comunicarse con profesionales de otras áreas • Apreciación de la diversidad y multiculturalidad • Habilidad para trabajar en un ambiente laboral • Compromiso ético • Competencias sistémicas • Aplicar los conocimientos en la práctica. • Habilidades de investigación • Capacidad de aprender • Capacidad de generar nuevas ideas. 	
<p>5. Protocolo y ceremonial</p>	
<p>Competencias</p>	<p>Actividades de aprendizaje</p>
<p>Específica(s):</p> <p>Coordina eventos y ceremonias en las organizaciones, con diseños y estructuras formales y profesionales.</p> <p>Genéricas:</p> <p>Competencias instrumentales</p> <ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de análisis y síntesis • Capacidad de organizar y planificar • Comunicación oral y escrita • Habilidad para buscar y analizar información proveniente de fuentes diversas 	<ul style="list-style-type: none"> • Diseñar una heráldica propia con respaldo de la información concerniente a la vexilología. • Crear un diccionario de términos de lo relacionado con el protocolo y la etiqueta desde la perspectiva de diversos autores nacionales e internacionales. • Jugar a los roles diplomáticos de las sesiones de la organización • de las naciones unidas, respetando las líneas de conductas que establece la diplomacia. • Redactar cartas de invitación a ceremonias formales donde se detalle la descripción y se pule la redacción

<ul style="list-style-type: none"> • Solución de problemas • Toma de decisiones. <p>Competencias interpersonales</p> <ul style="list-style-type: none"> • Capacidad crítica y autocrítica • Trabajo en equipo • Habilidades interpersonales • Capacidad de trabajar en equipo interdisciplinario • Capacidad de comunicarse con profesionales de otras áreas • Apreciación de la diversidad y multiculturalidad • Habilidad para trabajar en un ambiente laboral • Compromiso ético • Competencias sistémicas • Aplicar los conocimientos en la práctica. • Habilidades de investigación • Capacidad de aprender • Capacidad de generar nuevas ideas. 	<p>con respecto a los parámetros que la etiqueta requiera.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Investigar en libros de historia la evolución de la precedencia en las cortes reales europeas y presentar los resultados en exposición grupal. • Escribir un ensayo donde se cuestione la importancia en la actualidad de la precedencia y su utilidad en las manos de un gestor empresarial.
--	---

8. Práctica(s)

<ul style="list-style-type: none"> • Identificar la heráldica familiar. • Realizar un sociodrama donde se represente la persuasión en los ámbitos sociales. • Elaborar una línea del tiempo del avance del estilo en los ámbitos profesionales • Elaboración de una guía para la organización de eventos institucionales. • Realizar sondeos de opinión pública de productos o servicios del mercado remoto. • Organizar eventos en conjunto al departamento de comunicación de la institución. • Elaborar un programa de relaciones públicas. • Organizar un evento público donde se muestren diferentes tipos de imágenes de diferentes empresas y productos
--

9. Proyecto de asignatura

Las relaciones públicas en la actualidad son importantes en el desarrollo de negocios, ya que la globalización exige que los profesionistas conozcan diferentes culturas y obtengan las condiciones necesarias para poderse relacionar con diferentes personas de diferentes nacionalidades, ya que la diversidad cultural existe en el propio país y al ser un profesionista en Gestión Empresarial, también tiene que ser capaz de relacionarse con personas de otras nacionalidades.

La materia de Mercadotecnia, impartida en el semestre 5, debe sentar las bases para que el estudiante tenga contacto con la globalización, la forma de vender sus productos en cualquier parte del mundo, donde no representen limitaciones el idioma y la cultura.

El docente debe conocer temas de protocolo, de heráldica y vexilología, para que se realice un ejercicio de la heráldica familiar de cada alumno y puedan hacer una investigación documental de la bandera de un país, mismos que deben ser parte de los ejercicios de evaluación de la asignatura.

De ser necesario, el docente debe gestionar una visita a una embajada para que el estudiante conozca de los protocolos de relaciones diplomáticas y reconozca la importancia de las relaciones entre países y como él, como profesionista, debe estar dispuesto a ejercer su profesión en otros países.

Se recomienda también integrar equipos que organicen un evento protocolario y lo representen al final del semestre, propiamente dentro de la unidad 5, que incluya una investigación de como son los protocolos diplomáticos y puedan representarlo.

Se recomienda también que el proyecto desarrollado en la materia de Mercadotecnia lo presenten dentro de un protocolo de exportación, dándose a la tarea de investigar lo que se necesita para exportar un producto y presentar un proyecto de exportación, haciendo uso de estándares y protocolos internacionales.

Para la evaluación se recomienda que el docente tome en cuenta el dominio de otras lenguas extranjeras del estudiante y la forma en que este pueda expresarse y relacionarse ejemplificando sociodramas con todo el grupo.

El objetivo del proyecto que planteé el docente que imparta esta asignatura, es demostrar el desarrollo y alcance de la(s) competencia(s) de la asignatura, considerando las siguientes fases:

- **Fundamentación:** marco referencial (teórico, conceptual, contextual, legal) en el cual se fundamenta el proyecto de acuerdo con un diagnóstico realizado, mismo que permite a los estudiantes lograr la comprensión de la realidad o situación objeto de estudio para definir un proceso de intervención o hacer el diseño de un modelo.

- **Planeación:** con base en el diagnóstico en esta fase se realiza el diseño del proyecto por parte de los estudiantes con asesoría del docente; implica planificar un proceso: de intervención empresarial, social o comunitario, el diseño de un modelo, entre otros, según el tipo de proyecto, las actividades a realizar los recursos requeridos y el cronograma de trabajo.
- **Ejecución:** consiste en el desarrollo de la planeación del proyecto realizada por parte de los estudiantes con asesoría del docente, es decir en la intervención (social, empresarial), o construcción del modelo propuesto según el tipo de proyecto, es la fase de mayor duración que implica el desempeño de las competencias genéricas y específicas a desarrollar.
- **Evaluación:** es la fase final que aplica un juicio de valor en el contexto laboral-profesión, social e investigativo, ésta se debe realizar a través del reconocimiento de logros y aspectos a mejorar se estará promoviendo el concepto de “evaluación para la mejora continua”, la metacognición, el desarrollo del pensamiento crítico y reflexivo en los estudiantes.

10. Evaluación por competencias

El profesor debe:

Ser conocedor de la disciplina que está bajo su responsabilidad, conocer su origen y desarrollo histórico. Fomentar la ética profesional en su ramo y el ramo del gestor empresarial. Fomentar la capacidad trabajar en equipo; orientar el trabajo el estudiante y potenciar en él la autonomía. Mostrar flexibilidad y apertura en proceso de formación de los estudiantes. Además:

- Suscitar la búsqueda de información confiable y pertinente en diversas fuentes.
- Promover la organización de círculos de estudio.
- Fomentar la capacidad de análisis y síntesis en todas las actividades relacionadas con las lecturas y material audiovisual, etc.
- Propiciar la reflexión, el análisis y la síntesis, la deducción y la inducción, así como otros procesos mentales.
- Fomentar el trabajo colaborativo para desarrollar la capacidad de relacionarse con profesionales de otras áreas.
- Promover la crítica y autocrítica en forma ética.
- Coordinar actividades con profesores de otras asignaturas para profundizar el desarrollo de temas afines.

SUGERENCIAS DE EVALUACIÓN

- La evaluación debe ser continua y cotidiana.
- Se estructura un portafolio de evidencias, el cual incluye, entre otros:
- Mapas conceptuales y mentales
- Cuadros sinópticos
- Cuadros comparativos

- Reportes de lectura
- Minutas
- Ensayos
- Reporte en las aplicaciones de siodrama.
- Reportes de análisis de películas y de casos

11. Fuentes de información

- ALI, Moi. Relaciones Públicas exitosas. México. 2003. Biblioteca esencial del ejecutivo. Grijalbo.
- BEARD, Deby. De etiqueta, cortesía y buenos modales para alcanzar el éxito en sociedad. México. 2008. Planeta.
- GORDOA, Víctor. El poder de la Imagen Pública. México. 2007. De Bolsillo.
- GORDOA, Víctor. Imagología. México. 2007. Debolsillo.
- GORDOA, Víctor. Imagen Vendedora, como hacer la venta de tu vida. México. 2007. Grijalbo.
- GORDOA, Álvaro. Imagen Cool. México. 2008. Grijalbo.
- LAVARIEGA, Pedro. Derecho Diplomático, Normas, costumbres y cortesías. México. 2005.
- LAVARIEGA, Pedro. Trillas. Protocolo y ceremonial para entidades federativas. México. Trillas. 2007.
- MARTIN, Jeanette. CHANEY, Lilian. Protocolo Comercial, tácticas de negociación internacional. México. 2007. Grupo editorial patria.
- MARTÍNEZ, María del Carmen. Manual básico de protocolo empresarial y social. España. 2007. Díaz de Santos.
- MOLINA, Graciela, Cómo Organizar Eventos. Argentina. 2008. Longseller.
- RIES, Al y Laura. La caída de la publicidad y el auge de las Relaciones Públicas. España. 2005. Empresa Activa.
- ROBBINS, Stephen P. Comportamiento Organizacional. México. 2004. Prentice Pearson Hall.
- VARGAS, Gabriela. El arte de convivir y la cortesía social. México. 2005.
- VARGAS, Gabriela. Todo sobre la imagen del éxito. México. 2007.
- VARGAS, Gabriela. La imagen de éxito. Ed. Mc Graw Hill