



**Título: RELACIONES PÚBLICAS**  
**Codificación del curso: ADPU 6045**  
**Horas crédito: 3**  
**Pre-requisito: N/A**

### ***Descripción del curso***

Conceptos de comunicación efectiva entre el personal de una agencia y su clientela; la comunicación interagencial efectiva, según los métodos modernos de control de comunicación, la expresión de los intereses públicos y el efecto de estos intereses en la acción gubernamental.

### ***Objetivos***

Al finalizar el curso el estudiante:

- Comprenderá los conceptos, contextos y orígenes de las relaciones públicas.
- Integrará un conocimiento amplio de los fundamentos éticos, legales, teóricos y prácticos de las relaciones públicas enfatizando los medios de comunicación.
- Discutirá críticamente el proceso gerencial y las relaciones públicas.
- Analizará los factores que inciden en el proceso de las relaciones públicas en su entorno.
- Evaluará distintas estrategias para desarrollar relaciones públicas de calidad en el gobierno, el comercio y la industria.

### Bosquejo y Distribución del Tiempo

#### A. Conceptos, Contexto, Practicantes y Orígenes

1. Introducción a las Relaciones Públicas Contemporáneas
  - ▶ Evolución del concepto
  - ▶ Definición de Relaciones Públicas
  - ▶ Confusión con otros conceptos
  - ▶ Partes de la Función de las Relaciones Públicas

2. Practicantes de la Profesión
    - ▶ ¿Dónde trabajan?
    - ▶ Preparación y educación
    - ▶ Tareas, roles y salarios
  3. Contexto organizacionales
    - ▶ Origen dentro de la organización
    - ▶ Alta gerencia y Relaciones Publicas
    - ▶ El rol del "staff "
    - ▶ Rol en la toma de decisiones
    - ▶ Trabajando con otros departamentos
  4. Orígenes históricos de las Relaciones Publicas
    - ▶ Primeros Orígenes
    - ▶ Evolución
    - ▶ Desarrollo
- B. Fundamentos
5. Profesionalismo y Ética
    - ▶ Fundamentos éticos
    - ▶ Educación profesional
    - ▶ Investigación y conocimiento
    - ▶ Organizaciones profesionales
    - ▶ Código de ética
  6. Consideraciones Legales
    - ▶ La Primera Enmienda Constitucional y las Relaciones Públicas
    - ▶ Cabildeo en la Legislatura
    - ▶ Comunicación entre la gerencia y la Unión Obrera o Sindicato
    - ▶ Relaciones Publicas Financieras
    - ▶ Acceso a los Medios de Comunicación
    - ▶ Acceso a la información gubernamental
    - ▶ Privacidad y Libelo
  7. Fundamentos Teóricos
    - ▶ El enfoque ecológico
    - ▶ Patrones Básicos

- ▶ Enfoque de Sistemas
- ▶ Sistemas abiertos y cerrados
- ▶ Cibernética y sistemas abiertos
- ▶ Un Modelo de sistema abierto de Relaciones Públicas
- ▶ Comunicación y Opinión Pública

8. Los elementos del Modelo de Comunicación

- ▶ Los diferentes públicos y sus opiniones
- ▶ Orientación individual y co-orientación

9. Los medios y sus relaciones

- ▶ Los medios para públicos internos
- ▶ Palabras impresas
- ▶ Palabras expresadas oralmente
- ▶ Palabras e imágenes
- ▶ Los medios para públicos externos
- ▶ Trabajando con los medios
- ▶ Buenas relaciones con los medios

C. Proceso Gerencial

1. Definir problemas de Relaciones Públicas

- ▶ Rol de la investigación en la planificación estratégica.
- ▶ Definiendo problemas de Relaciones Públicas
- ▶ Métodos Informales
- ▶ Métodos Formales

2. Planear y programar

3. Tomar acción y comunicar

4. Evaluar

D. La Practica

1. La Industria y el Comercio

- ▶ El Modelo Corporativo

2. Política y gobierno

- ▶ Relaciones públicas gubernamentales

### ***Estrategias Instruccionales***

El curso ha sido estructurado con el fin de promover la discusión informada y el dialogo entre los participantes. Se espera la participación activa de los estudiantes mediante informes orales e intervenciones informales. Los participantes deben estar en la disposición de hacer y aceptar críticas a las intervenciones. Es obligatoria la lectura previa del material asignado. La asistencia regular de los estudiantes es importante para la participación activa y la evaluación positiva de los mismos

### ***Recursos de aprendizaje mínimos disponibles o requeridos***

Lecturas relacionadas al curso estarán disponibles en la Biblioteca de la EGAP.

Centro Académico de Cómputos de la Facultad de Ciencias Sociales –  
[www.rrp.upr.edu/caccs/](http://www.rrp.upr.edu/caccs/)

### ***Estrategias de evaluación***

#### ***Sistema de calificación***

<b>A</b>	100-90
<b>B</b>	89-80
<b>C</b>	79-70
<b>D</b>	69-60
<b>F</b>	59- 0

#### ***Criterios de Evaluación***

Examen parcial	30.0%
Examen oral y escrito	30.0%
Examen Final	30.0%
Participación, asistencia e informes orales grupales	<u>10.0%</u>
Total	100.0%

***Notas:***

1. De ser necesario, se realizará una evaluación diferenciada a estudiantes con necesidades especiales.
2. De acuerdo con la Ley 51 del 7 de junio de 1996 (**Ley de Servicios Educativos Integrales para Personas con Impedimentos**) los estudiantes que reciban servicios de *Rehabilitación Vocacional* deben comunicarse con el profesor al inicio del semestre para planificar el acomodo razonable y equipo asistivo necesario conforme a las recomendaciones de la Oficina de Asuntos para las Personas con Impedimento (OAPI) del Decanato de Estudiantes. También aquellos estudiantes con necesidades especiales que requieren de algún tipo de asistencia o acomodo deben comunicarse con el profesor.

### ***Bibliografía***

- Arnold, Jim.* (1994) Reputation and credibility defined for CEOs. **The Public Relations Journal.** New York: Mar. Vol. 50, Iss. 3; p. 40
- Bovet, Susan Fry.* (1994) Communicating foreign crises; Panel debates best approach  
. **The Public Relations Journal.** New York: Feb. Vol. 50, Iss. 2; p. 4
- Citlip, Scout M.; Center, Allen H. & Broom, Glen M. (1994 ). Effective Public Relation. Seventh Edition. Printice Hall.
- Comrie, Margie & Kupa, Rochelle* (1999). Communicating with Maori: Can public relations become bicultural?. . **Public Relations Quarterly.** Rhinebeck: Winter 1998/1999. Vol. 43, Iss. 4; p. 42
- Garner, R Brooks.* (1993). Communications theories and ethics examined – Managing Syste. **The Public Relations Journal.** New York: Sep. Vol. 49, Iss. 9; p. 16
- Gower, Karla K. & Reber, Bryan H. (2006) Prepared for practice? Student perceptions about requirements and preparation for public relations practice **Public Relations Review**, Vol. 32, No. 2. June pp. 188-190
- Green, Andy (2004). Creativity in Public Relation (PR in Practice Series) Second Edition. IPR. Institute of Public Relation. British.
- Hielander, William A. & Miller, Raymond W. (1967). Relaciones Públicas. Sexta Edición. Editorial Hispano Europea. Barcelona. España.
- Holmström Susanne (2005) Reframing public relations: The evolution of a reflective paradigm for organizational legitimization **Public Relations Review**, Vol. 31, No. 4 Nov. pp. 497-504
- Jian Wang Managing national reputation and international relations in the global era: Public diplomacy revisited **Public Relations Review**, Volume 32, Number 2 (June 2006) 91 - 96
- Jiyang Bae, Glen T. Cameron Conditioning effect of prior reputation on perception of corporate giving **Public Relations Review**, Volume 32, Number 2 (June 2006) 144-150
- Josephs, Ray, & Josephs, Juanita W.* (1993). Public relations in France **The Public Relations Journal.** New York: Jul. Vol. 49, Iss. 7; p. 20

- Katharine S. Karagianni, Joep Cornelissen Anti-corporate movements and public relations. **Public Relations Review**, Volume 32, Number 2 (June 2006) 168-170
- Ki, Eyun-Jung & Shin, Jae-Hwa (2006) Status of organization–public relationship research from an analysis of published articles, 1985–2004 **Public Relations Review**, Vol.32, No. 2 June pp. 194-195
- Motion, Judy (2005). Participative public relations: Power to the people or legitimacy for government discourse? **Public Relations Review**, Vol. 31, No. 4. Nov. pp. 505-512
- Osborne, Jim* (1994) Getting full value from public relations. **The Public Relations Journal**. New York: Oct/Nov Vol. 50, Iss. 8; p. 64
- Theaker, Alison (2001). *The Public Relation Handbook*. Rutledge. New York
- Vogel, Al.* (1994)Model aids in cost-effective communications. **The Public Relations Journal**. New York: Feb. Vol. 50, Iss. 2; p. 8
- Winokur, Dena,& Kinkead, Robert W.* (1993) How public relations fits into corporate strategy . **The Public Relations Journal**. New York: May. Vol. 49, Iss. 5; p. 16