

PLAN DE TRABAJO

I. Datos de la institución

Plantel	 UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN DIVISIÓN SISTEMA UNIVERSIDAD ABIERTA Y EDUCACIÓN A DISTANCIA Modalidad: A Distancia		Grado o Licenciatura	Licenciatura en Administración
---------	---	---	----------------------	--------------------------------

II. Datos del asesor

Nombre	DÍAZ MARTÍNEZ DIANA ISABEL	Correo	dianadiaz.unam@gmail.com
--------	----------------------------	--------	--------------------------

III. Datos de la asignatura

Nombre	RELACIONES PUBLICAS	Clave	2012	Grupo	8752
Modalidad	Optativa	Plan	2012	Fecha de inicio del semestre	13 de febrero de 2024
Horas de asesoría semanal	4	Horario	Martes: 20:00 - 22:00 hrs Jueves: 20:00 - 22:00 hrs	Fecha de término del semestre	20 de junio de 2024

IV. Contenido temático

TEMA	HORAS		
	Total	Teoría	Práctica
I. Conceptos y antecedentes de las relaciones públicas	6	6	0
II. Relaciones con diversos públicos (internos y externos) de la organización	8	8	0

III. Manejo de los medios organizacionales de comunicación (moc) con cada público	10	10	0
IV. Elementos y factores de imagen organizacional	8	8	0
V. Manejo de los medios de comunicación de mercados	8	8	0
VI. Diseño de un programa de relaciones públicas	10	10	0
VII. Implemento de un plan de relaciones públicas	8	8	0
VIII. Ética en las relaciones públicas	6	6	0

V. Presentación general del programa

Las Relaciones Públicas son impulsoras de la proyección de la imagen de la empresa y la comunicación con su público meta y son consideradas como fundamentales para generar una percepción positiva de una organización. Son una herramienta poderosa para la creación de una reputación y reforzar su posicionamiento, generar nuevos clientes y beneficios a largo plazo. En este curso seré tu asesora y acompañaré en el proceso de enseñanza aprendizaje.

Tendremos 6 sesiones via Zoom en las que podremos resolver las dudas que tengas en las siguientes fechas:

1. Martes 6 de febrero, 20:00 hrs. dudas de la unidad 1
2. Martes 20 de febrero, 20:00 hrs. dudas de la unidad 2
3. Jueves 7 de marzo, 20:00 hrs. dudas de la unidad 3 y 4
4. Jueves 21 de marzo, 20:00 hrs dudas de la unidad 5
5. Martes 2 de abril, 20:00 hrs dudas de la unidad 6
6. Martes 7 de mayo, 20:00 hrs dudas de la unidad 7 y 8

La liga de las sesiones la podrás encontrar en el foro general de la asignatura. Cualquier duda que tengas, puedes enviarme un correo a dianadiaz.unam@gmail.com Te doy la más cordial bienvenida a este semestre.

VI. Forma en que el alumno deberá preparar la asignatura

¡Saludos!

En esta asignatura, es necesario cumplir con dos requisitos para obtener la acreditación: las actividades y el examen final. En cuanto a las actividades, debes seguir el plan de trabajo y entregarlas a través de la plataforma dentro de las fechas establecidas.

Cabe destacar que si presentas las actividades después de la fecha límite, la calificación máxima será de 8. En cuanto al examen final, este englobará todos los temas abordados durante la asignatura y se realizará al final del semestre. ¡Te deseo mucho éxito en esta asignatura!

CALENDARIO DE ACTIVIDADES

Fecha	No. Unidad	No. Actividad	Descripción de la de actividad de acuerdo a la plataforma	Ponderación
29 de febrero de 2024	UNIDAD 1: Conceptos y antecedentes de las relaciones públicas	Foros 1	<p>UNIDAD 1</p> <p>FORO: Introducción en la asignatura</p> <p>En el foro de la unidad 1 "Presentación personal", te invito a que realices una breve presentación sobre ti. Comparte tus expectativas y objetivos en esta asignatura, así como una breve descripción sobre quién eres y a qué te dedicas.</p> <p>Además, es importante mencionar tus tres pasatiempos favoritos:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Aquel que te mantiene creativo(a). 2. El que te ayuda a mantenerte activo(a) y en movimiento. 3. Y finalmente, el que te proporciona una entrada económica. <p>Esta actividad es fundamental para conocernos mejor y crear conexiones profesionales en la asignatura. ¡Espero tu participación!</p>	5 %
05 de marzo de 2024	UNIDAD 1: Conceptos y antecedentes de las relaciones públicas	Act. de aprendizaje 1	<p>UNIDAD 1</p> <p>ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE 1: Preguntas sobre Relaciones Públicas</p> <p>Por favor, responda las siguientes preguntas sobre el tema de relaciones públicas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 1. ¿Qué son las relaciones públicas? • 2. ¿Para qué sirven las relaciones públicas? • 3. ¿Cuál es el objetivo de las relaciones públicas? • 4. ¿Qué es un plan de relaciones públicas? • 5. ¿Cuáles son los beneficios que obtiene una empresa al tener un plan definido de Relaciones Públicas? • 6. ¿Cuáles son los elementos de las relaciones públicas? • 7. Menciona 5 errores comunes que las empresas cometen en las Relaciones Públicas. <p>Por favor, entregue su respuesta como un documento de Word en la plataforma, en la sección de "Tareas". Recuerde presentar su documento con buena ortografía y presentación, y cite sus fuentes de consulta.</p>	5 %
14 de marzo de 2024	UNIDAD 1: Conceptos y antecedentes de las relaciones públicas	Act. complementaria 1	<p>UNIDAD 1</p> <p>Actividad Complementaria 1: Crisis de Relaciones Públicas</p> <p>Investiga y responde las siguientes preguntas:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Qué se entiende por crisis de relaciones públicas? 2. ¿Cuáles son las posibles causas de una crisis en las RR.PP.? 3. ¿Qué es el protocolo de crisis? 4. ¿Cómo se crea un plan de gestión de crisis? 5. Investiga una crisis de RR.PP. de cualquier empresa y cómo fue manejada. Hay muchas noticias y fuentes de información disponibles en línea. <p>Para cumplir con esta actividad, debes entregar un documento de Word con una buena presentación y ortografía. Además, debes incluir las fuentes de consulta. Finalmente, debes cargar tu documento en la plataforma a través del apartado "Tareas".</p>	5 %

19 de marzo de 2024	UNIDAD 2: Relaciones con diversos públicos (internos y externos) de la organización	Act. de aprendizaje 1	<p>UNIDAD 2 ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE 1 Entrega en Word tus respuestas en el apartado "tareas" de la plataforma.</p> <p>Parte 1: Cuestionario</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Qué es un "Stakeholder"? 2. ¿Por qué son importantes los "Stakeholders"? 3. ¿Qué es el "Stakeholder map"? 4. Elabora un cuadro comparativo con los Stakeholders internos y externos, incluyendo los intereses de cada uno. 5. ¿Por qué es importante conocer los grupos de interés de las empresas? 6. ¿Quiénes son los Stakeholders primarios y secundarios? <p>Parte 2: Infografía Visualiza el siguiente video y crea una infografía de los diferentes públicos que se relacionan con la organización: https://www.youtube.com/watch?v=-n44SITB_nM Puedes utilizar programas gratuitos como CANVA o Piktochart para crear tu infografía y añadirla al documento.</p>	10 %
02 de abril de 2024	UNIDAD 3: Manejo de los medios organizacionales de comunicación (moc) con cada público	Act. de aprendizaje 1	<p>UNIDAD 3 ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE 1 ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE 1: ELABORACIÓN DE UN MAPA CONCEPTUAL El objetivo de la comunicación corporativa consiste en transmitir de manera efectiva los mensajes de la empresa a su público objetivo. Para lograr este objetivo, es necesario considerar los siguientes aspectos en el mapa conceptual:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Definición de comunicación corporativa • Objetivos de la comunicación corporativa • Elementos clave de la comunicación corporativa • Canales de comunicación corporativa • Importancia de la comunicación corporativa para la empresa <p>Tener en cuenta estos elementos permitirá una mejor comprensión de la comunicación corporativa y su importancia para el éxito de la empresa. Elabora un mapa conceptual al respecto y sube tu actividad al apartado de tareas.</p>	5 %

16 de abril de 2024	UNIDAD 4: Elementos y factores de imagen organizacional	Act. de aprendizaje 1	<p>UNIDAD 4 ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE 1 Elementos y Factores de Imagen Organizacional Parte 1: Responder al siguiente cuestionario y subir la actividad al apartado de tareas.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Qué es la Imagen? 2. ¿Qué es la Percepción? 3. ¿Qué es la Imagen Pública? 4. ¿Qué es la Imagen Institucional? 5. ¿Cuál es la diferencia entre Identidad Corporativa e Imagen Corporativa? 6. ¿Cuáles son los estímulos verbales, no verbales y mixtos dentro de la percepción de la imagen? 7. ¿Por qué es importante la congruencia en la imagen? 8. ¿Qué es la Imagen Ambiental de una empresa? 9. ¿De qué se compone la Imagen Visual de una empresa? 10. ¿Qué es la Imagen Audiovisual? <p>Parte 2: Seleccionar una organización que se considere coherente con su imagen (lo que proyecta con lo que hace) y responder las siguientes preguntas:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Por qué se eligió esa empresa? 2. ¿Cómo se describiría con una palabra? 3. Sus valores, misión, visión y filosofía. 4. Sus colores institucionales. 5. Investigar la psicología del color de los colores de esa empresa. 6. Si la empresa tiene puntos de venta, ¿Cómo es ese lugar? (tipo de iluminación: cálida o fría, aromas, colores, etc.) 7. ¿Qué transmite el logotipo, imagotipo, isotipo o isologo? 8. ¿Se ha oído hablar de algún escándalo de imagen de esa empresa? Si es así, ¿Cómo se solucionó? 9. ¿Consume algún producto de la empresa seleccionada o contrata algún servicio? Comparta qué es lo que lo convence de hacerlo. 	10 %
25 de abril de 2024	UNIDAD 4: Elementos y factores de imagen organizacional	Act. complementaria 1	<p>UNIDAD 4 ACTIVIDAD COMPLEMENTARIA 1 La actividad consiste en ver el webinar "Imagen Corporativa" de ILERNA ONLINE https://www.youtube.com/watch?v=HEUa5LnSwC0 y realizar un comentario sobre el mismo. El comentario debe ser entregado en Word en el apartado de tareas.</p>	5 %
30 de abril de 2024	UNIDAD 5: Manejo de los medios de comunicación de mercados	Act. de aprendizaje 1	<p>UNIDAD 5 ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE 1 En esta actividad, se espera que realices dos tareas: un mapa conceptual que ilustre los medios de comunicación que las empresas utilizan para conectarse con su público, y un cuadro comparativo de dos empresas competidoras en la misma industria, donde se identifiquen las estrategias de comunicación utilizadas y los medios de comunicación seleccionados para llegar al público objetivo. Para completar esta actividad, puedes utilizar cualquier programa de tu preferencia, como Canva, Word, Ppt, u otros. Una vez completado el cuadro comparativo, escribe un comentario acerca de la organización que consideras que tiene un mejor manejo de medios de comunicación para llegar a su público objetivo. Recuerda entregar tus trabajos a través de la plataforma en el apartado "Tareas".</p>	10 %

02 de mayo de 2024	UNIDAD 5: Manejo de los medios de comunicación de mercados	Act. complementaria	<p>UNIDAD 5 ACTIVIDAD COMPLEMENTARIA 1 Reseña de Video</p> <p>Para esta actividad, se solicita ver y revisar el siguiente video de Ilerna Online: https://youtu.be/ZdwSvPjfOyk. Después de ver el video, se debe escribir una reseña o comentario que describa lo que se aprendió y lo que se consideró valioso en el contenido. La entrega de esta actividad se realizará por medio de un archivo Word, en el apartado de "Tareas".</p>	5 %
07 de mayo de 2024	UNIDAD 6: Diseño de un programa de relaciones públicas	Act. de aprendizaje 1	<p>UNIDAD 6 ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE 1 Elaboración de un Plan de Relaciones Públicas</p> <p>En esta actividad, se requiere la creación de un plan de relaciones públicas para una pequeña o mediana empresa, que deberá incluir los siguientes puntos:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Historia de la empresa 2. Visión y misión 3. Antecedentes 4. Análisis FODA 5. Objetivos 6. Desarrollo del plan 7. Cronograma de actividades 8. Recursos necesarios 9. Resultados esperados 10. Conclusión <p>El documento deberá ser entregado en formato Word y subido en el apartado de "Tareas".</p>	10 %
16 de mayo de 2024	UNIDAD 6: Diseño de un programa de relaciones públicas	Act. complementaria 1	<p>UNIDAD 6 ACTIVIDAD COMPLEMENTARIA 1 Comentario sobre la Diferencia entre el Plan de Mercadotecnia y el Plan de Comunicación</p> <p>Para completar esta actividad, se debe ver el siguiente video de Ilerna Online que explica la diferencia entre el plan de mercadotecnia y el plan de comunicación. Luego, se debe redactar un comentario sobre el mismo, y entregarlo en el apartado de "Tareas" en formato Word.</p> <p>Link del video: https://www.youtube.com/watch?v=ueDqhsahSqYY ¡Asegúrate de ver el video y compartir tus reflexiones!</p>	5 %
21 de mayo de 2024	UNIDAD 1: Conceptos y antecedentes de las relaciones públicas	Act. de aprendizaje 1	<p>UNIDAD 7 ACTIVIDAD 1 Comparación de estrategias de Relaciones Públicas entre dos empresas del mismo sector</p> <p>En esta actividad, se debe seleccionar dos empresas del mismo sector y comparar las estrategias que utilizan para llegar a su público objetivo. Se deben incluir los medios utilizados, elementos de lenguaje, colores y la forma en la que interactúan con su audiencia.</p> <p>Opinión sobre el mejor manejo de Relaciones Públicas</p> <p>Basándose en la comparación anterior, se debe dar una opinión sobre cuál de las dos empresas tiene un mejor manejo de las Relaciones Públicas.</p>	5 %

04 de junio de 2024	UNIDAD 8: Ética en las relaciones públicas	Act. de aprendizaje 1	UNIDAD 8 ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE 1 Realiza una investigación y elabora un ensayo que aborde la importancia de mantener altos estándares éticos en las relaciones públicas. Asegúrate de incluir fuentes confiables en tu investigación. Una vez finalizado, por favor, entrega tu trabajo en formato Word en la sección designada para "Tareas" en la plataforma.	5 %
---------------------	--	-----------------------	---	-----

VII. Sistema de evaluación

FACTORES	DESCRIPCIÓN										
Requisitos	Las actividades deben realizarse en computadora. Al finalizar el semestre, presentarás un examen que contempla todos los temas de la asignatura.										
Porcentajes	<table border="0"> <tr> <td>Act. de aprendizaje</td> <td>60 %</td> </tr> <tr> <td>Examen Final</td> <td>15 %</td> </tr> <tr> <td>Foros</td> <td>5 %</td> </tr> <tr> <td>Act. complementaria</td> <td>20 %</td> </tr> <tr> <td>TOTAL</td> <td>100 %</td> </tr> </table>	Act. de aprendizaje	60 %	Examen Final	15 %	Foros	5 %	Act. complementaria	20 %	TOTAL	100 %
Act. de aprendizaje	60 %										
Examen Final	15 %										
Foros	5 %										
Act. complementaria	20 %										
TOTAL	100 %										
<p>La calificación final de la asignatura está en función de la ponderación del asesor, no de la que se visualiza en la plataforma. Es necesario solicitar por correo electrónico la calificación final al asesor.</p>											

VIII. Recursos y estrategias didácticas

Clases Virtuales (PPT)	(X)
Procesadores de Texto, Hojas de Cálculo y Editores de Presentación	(X)
Plataforma Educativa	(X)
Foro Electrónico	(X)
Chat	(X)
Lista de Correos	(X)
Correo Electrónico	(X)
Sitios de Internet	(X)

