



# UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL



## FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

### CARRERA DE: LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA

#### A) Datos informativos

Facultad:	CIENCIAS ADMINISTRATIVAS				Dominio:	Desarrollo local y emprendimiento socio económico sustentable		
Carrera:	LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA							
Asignatura:	RELACIONES PÚBLICAS		Código:	305	Unidad de organización curricular:	BÁSICA	Campo de formación:	COMUNICACIÓN Y LENGUAJE
Semestre:	TERCER		Paralelo:			Horario:		
Plan de estudios:	Nº. Créditos:	2	Horas componente docencia:	32	Horas componente de práctica y experimentación:	16	Horas componente trabajo autónoma:	32
Prerrequisitos:	COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR							
Periodo académico:	2019 - 2020						Ciclo:	II
Docente:	ECON. MARÍA FERNANDA MOYA PUENTE				Título de posgrado:	MAGISTER EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS		

#### B) Justificación del conocimiento del syllabus en el campo de formación

Las Relaciones Públicas son la clave en la construcción de una buena reputación de marca. Los modelos y técnicas a aplicar en las RR.PP de una empresa deben adecuarse hoy en día a los canales de comunicación tanto online como offline. En este sentido, la estrategia a seguir de una empresa debe ser coherente en ambos campos y capaz de adaptar el modelo conversacional con sus stakeholders de forma apropiada en función del qué, a quién, cuándo y cómo, se estudia en profundidad las diferentes herramientas de comunicación interna y sus distintos soportes y analiza el efecto que tienen los Medios de Comunicación en la opinión pública.

Aportes teóricos	Aportes metodológicos	Aporte a la comprensión de los problemas del campo profesional	Contextos de aplicación
Las Relaciones Públicas como ciencia se encarga de gestionar la comunicación entre una organización y la sociedad con el objetivo de construir, administrar y mantener su imagen positiva	Las Relaciones Públicas implementan técnicas de negociación, marketing y publicidad para complementar y reforzar su desempeño en el marco de un entorno social particular y único que debe ser estudiado con máximo esmero para que esas acciones puedan ser bien interpretadas y aceptadas por los distintos públicos a quienes se dirige un programa de Relaciones Públicas.	Las Relaciones Públicas son un conjunto de acciones de comunicación estratégica coordinadas y sostenidas a lo largo del tiempo, que tienen como principal objetivo fortalecer los vínculos con los distintos públicos, escuchándolos, informándolos y persuadiéndolos para lograr consenso, fidelidad y apoyo de los mismos en acciones presentes y/o futuras.	Relaciones Públicas implica una gran variedad de tareas, por lo cual los profesionales deben estar preparados para asumir esta diversidad de labores en los heterogéneos campos de acción que presenta. Fundamentan sus actividades en la organización, la opinión de los públicos y la comunicación, también están llamadas a canalizar, coordinar problemas particulares y generales de la organización





# UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

## FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

### CARRERA DE: LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA

#### C) Propósitos y aportes al perfil de egreso



Aportes al perfil de egreso: Capacidades integrales y/o competencias, logros o resultados de aprendizaje				
Propósitos del aprendizaje del syllabus relacionados con el campo de estudio y objetivos de la carrera:				
Genéricas de la Universidad de Guayaquil	Específicas de la carrera	Logros de aprendizaje	Ámbito	
El profesional en Mercadotecnia a través de la asignatura estará preparado para aplicar las relaciones públicas como una práctica clave para los planes de toda organización, como portavoz de la misma deberá ser capaz de adaptarse a diferentes contextos en el que entran en juego factores como las características de la audiencia y el canal mediático elegido.	Implementa las herramientas de la profesión, maneja protocolos científicos con capacidad de gestión en su ámbito profesional, con capacidades cognitivas y meta cognitivas en el desarrollo de intervención profesional, investigación, innovación y emprendimientos, resuelve los problemas o prevenir los problemas que se relacionen con el ámbito de su profesión y los ejes relacionados a su profesión, identificando los diversos contextos socio-culturales y ambientales que intervienen, así como los enfoques y valores implicados en función de los objetivos del PND-BV.	Realiza investigaciones de mercado tanto cualitativas, como cuantitativas, a partir de conocimientos e interpretación de las tendencias actuales, predominantes de la economía global. • Elabora planes de marketing y toma de decisiones estratégicas en todas las áreas relacionadas con el desarrollo de proyectos de marketing. • Analiza adecuadamente la gestión integral del cliente y entiende el comportamiento del consumidor. • Fortalece los componentes orientados al Marketing Internacional. • Maneja la comunicación integral de marketing: publicidad, promoción, branding, merchandising, relaciones públicas e imagen corporativa.	Analiza e identifica alternativas para resolver eficazmente situaciones, hechos o conflictos empresariales y organizacionales	Conocimientos
Entre las habilidades más valoradas para trabajar en el sector de las relaciones públicas se destiñarán en el estudiante la capacidad de resolución de problemas; la práctica investigadora; la planificación estratégica; la destreza para fijar objetivos organizacionales, y la habilidad para establecer conexiones entre los más variados campos de pensamiento.	Mantiene un compromiso constante en el aprendizaje continuo en la búsqueda de su auto superación, en función de su crecimiento profesional y como ciudadano. Expresarse escrita, oral y digitalmente de manera adecuada, con capacidad de diálogo y comunicación, reconociendo y respetando los diversos enfoques y posturas, presentando habilidades para su integración en el proceso de construcción de soluciones en su ámbito de acción.	Maneja de forma eficiente las aplicaciones y los softwares en el campo de la mercadotecnia. • Diseña estrategias para la construcción de marcos, discursos y evaluar las actividades relacionadas al desarrollo, innovación y lanzamiento de productos. • Desarrolla capacidad de reflexión crítica analítica ante la realidad de los negocios en entorno competitivo global.	Maneja los retos y metas de excelencia profesional y de calidad en la comunicación organizacional. Liderazgo.	Habilidades
Con la finalidad de que se pueda poner en práctica una correcta aplicabilidad de las relaciones públicas el estudiantes deberá desarrollar habilidades para la toma de decisiones que satisfagan el interés del público, el de la empresa, el del código de ética de la organización y sus valores personales; dentro de lo normal esperado, todas estas intervenciones no deberían entrar en conflicto.	Desarrollar la autonomía en su práctica profesional de manera reflexiva y crítica, de conformidad con los postulados del Buen Vivir para la formación de valores, emociones y actitudes, con equidad y conciencia social. Liderar con responsabilidad social a partir de la conciencia y reconocimiento de su rol profesional, potenciando el empoderamiento, la participación ciudadana en el ejercicio de sus derechos humanos y democráticos, el compromiso con el entorno social y ambiental.	Armoniza lo teórico-práctico con habilidades y actitudes éticas, responsabilidad y sensibilidad social, consciente del derecho nacional e internacional. • Diseña y ejecuta acciones relativas al marketing estratégico de negocios y organizaciones con sólidos fundamentos humanísticos, sociales y éticos ante el consumidor, cliente interno, y la comunidad en general.	Desarrolla las relaciones humanas. Está orientado al cuidado del medio ambiente y la responsabilidad social.	Valores y actitudes





# UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE: LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA

D) Unidades temáticas o de análisis:

UNIDAD # 1: ¿Cómo surgieron las relaciones públicas?

OBJETIVO:

Contenidos: Conocimientos a desarrollar.	Métodos, técnicas e instrumentos en función de las actividades de organización del aprendizaje.		Componentes de prácticas de aplicación y experimentación de los aprendizajes.	Componentes de aprendizaje autónomo.	Tiempo de aprendizaje en horas.	Escenarios en función de los ambientes de aprendizaje.	Recursos didácticos.
	Componentes de docencia.	Actividades de aprendizaje asistido por el profesor.	Actividades de aprendizaje colaborativo.				
Estudiar la evolución histórica de las Relaciones Públicas	Introducción al tema (Motivación- interacción- recordación) Presentación de temas en diapositivas, clase magistral.				2	Aulico	Pizarra, marcadores, proyector, PC.
Estudiar el concepto, definición y objetivos de las Relaciones Públicas	Revisión tema anterior. Introducción al nuevo tema (Motivación- interacción- recordación) Presentación de temas en diapositivas, clase magistral.			Investigación sobre los tipos de comunicación en las organizaciones, identidad corporativa e imagen corporativa	3	Aulico	Pizarra, marcadores, proyector, PC.
Conocer la gestión de la comunicación en las organizaciones, RRPP, identidad corporativa e imagen corporativa.	Revisión tema anterior. Introducción al nuevo tema (Motivación- interacción- recordación) Presentación de temas en diapositivas, clase magistral.			Investigación sobre los tipos de comunicación en las organizaciones, identidad corporativa e imagen corporativa	2	Aulico	Pizarra, marcadores, proyector, PC.
Conocer los públicos en la empresa: concepto de público y clasificación	Revisión tema anterior. Introducción al nuevo tema (Motivación- interacción- recordación) Presentación de temas en diapositivas, clase magistral.	Taller sobre los públicos en las empresas		Investigación sobre las funciones que desempeñan las relaciones públicas.	3	Aulico	Pizarra, marcadores, proyector, PC.
Conocer cuáles son las funciones que desempeña las relaciones públicas como una herramienta del marketing y su diferencia con la publicidad	Revisión tema anterior. Introducción al nuevo tema (Motivación- interacción- recordación) Presentación de temas en diapositivas, clase magistral.	Taller sobre las funciones que desempeña las relaciones públicas como una herramienta del marketing			2	Aulico	Pizarra, marcadores, proyector, PC.
Conocer las ventajas y desventajas de las Relaciones Públicas	Revisión tema anterior. Introducción al nuevo tema (Motivación- interacción- recordación) Presentación de temas en diapositivas, clase magistral.				3	Aulico	Pizarra, marcadores, proyector, PC.



# UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE: LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA



EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES UNIDAD # 1

Sistema de evaluación de los aprendizajes en función de:		Actividades.
Gestión formativa		a) Trabajo participativo en clase, <input type="checkbox"/> X b) Reportes de talleres y equipos colaborativos, <input type="checkbox"/> X c) Controles de lectura, <input type="checkbox"/> d) Otros: Exposiciones individuales sobre casos <input type="checkbox"/> X
Gestión práctica y autónoma	60%	a) Exposiciones individuales y grupales, <input type="checkbox"/> X b) Demostración de uso directo de los acervos bibliotecarios o en red, <input type="checkbox"/> c) Trabajo de laboratorio, talleres, seminarios, <input type="checkbox"/> d) Ejercicios Orales y Escritos de técnica jurídica, <input type="checkbox"/> e) Prácticas Diversas, incluyendo la de los laboratorios, <input type="checkbox"/> f) Trabajos de Campo, <input type="checkbox"/> g) Trabajos individuales de lectura, análisis y aplicación, <input type="checkbox"/> X h) Uso creativo y orientado de nuevas Tics y la multimedia, <input type="checkbox"/> i) Lectura crítica y análisis comparado de casos, <input type="checkbox"/> X j) Asistencia y reporte de Eventos académicos, <input type="checkbox"/> k) Otros: (Detallar) _____ <input type="checkbox"/>
Acreditación y validación	40%	a) Exámenes orales y escritos teóricos, <input type="checkbox"/> X b) Exámenes orales y escritos prácticos, <input type="checkbox"/> c) Sustentación de proyectos de investigación y casos prácticos, <input type="checkbox"/> d) Otros: (Detallar) _____ <input type="checkbox"/>







# UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE: LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA



UNIDAD # 2: Modalidades de la práctica de las Relaciones Públicas

OBJETIVO:

Contenidos: Conocimientos a desarrollar.	Métodos, técnicas e instrumentos en función de las actividades de organización del aprendizaje.		Componentes de prácticas de aplicación y experimentación de los aprendizajes.	Componentes de aprendizaje autónomo.	Tiempo de aprendizaje en horas.	Escenarios en función de los ambientes de aprendizaje.	Recursos didácticos.
	Componentes de docencia.	Componentes de actividades de aprendizaje asistido por el profesor.					
Conocerá las diferentes formas de organización del área de Relaciones Públicas	Introducción al tema (Motivación-interacción, recordación) Presentación de temas en diapositivas, clase magistral.			Investigar sobre las diferentes formas de organizaciones de Relaciones Públicas en el Ecuador	2	Aulico	Pizarra, marcadores, proyector, PC.
Conocerá la relación con los accionistas, inversionistas e instituciones financieras.	Introducción al tema (Motivación-interacción, recordación) Presentación de temas en diapositivas, clase magistral.	Taller sobre los distintos tipos de organizaciones de Relaciones Públicas			3	Aulico	Pizarra, marcadores, proyector, PC.
Identificará la diferencia entre las Relaciones Públicas entre B2B y B2C	Introducción al tema (Motivación-interacción, recordación) Presentación de temas en diapositivas, clase magistral.	Taller sobre las Relaciones Públicas entre B2B y B2C		Investigará empresas que hacen Relaciones Públicas B2B y B2C	5	Aulico	Pizarra, marcadores, proyector, PC.
Conocerá las Relaciones Públicas con el Gobierno	Introducción al tema (Motivación-interacción, recordación) Presentación de temas en diapositivas, clase magistral.				5	Aulico	Pizarra, marcadores, proyector, PC.
La Responsabilidad Social como parte de las Relaciones Públicas	Introducción al tema (Motivación-interacción, recordación) Presentación de temas en diapositivas, clase magistral.	Taller sobre la Responsabilidad Social		Investigará tipos de Responsabilidad Social que han aplicado las empresas.	5	Aulico	Pizarra, marcadores, proyector, PC.
Aprenderá el uso de las Relaciones Públicas en épocas de crisis	Introducción al tema (Motivación-interacción, recordación) Presentación de temas en diapositivas, clase magistral.	Taller sobre como las empresas han reaccionado utilizando Relaciones Públicas en épocas de crisis			5	Aulico	Pizarra, marcadores, proyector, PC.



# UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

## FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

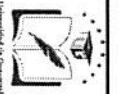
### CARRERA DE: LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA



#### EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES UNIDAD # 2

Sistema de evaluación de los aprendizajes en función de:		Actividades.
Gestión formativa	60%	a) Trabajo participativo en clase, <input type="checkbox"/>
		b) Reportes de talleres y equipos colaborativos, <input type="checkbox"/>
		c) Controles de lectura, <input type="checkbox"/>
		d) Otros: Exposiciones individuales sobre casos <input type="checkbox"/>
		a) Exposiciones individuales y grupales, <input type="checkbox"/>
		b) Demostración de uso directo de los acervos bibliotecarios o en red, <input type="checkbox"/>
		c) Trabajo de laboratorio, talleres, seminarios, <input type="checkbox"/>
		d) Ejercicios Orales y Escritos de técnica jurídica, <input type="checkbox"/>
		e) Prácticas Diversas, incluyendo la de los laboratorios, <input type="checkbox"/>
		f) Trabajos de Campo, <input type="checkbox"/>
		g) Trabajos individuales de lectura, análisis y aplicación, <input type="checkbox"/>
		h) Uso creativo y orientado de nuevas Tics y la multimedia, <input type="checkbox"/>
		i) Lectura crítica y análisis comparado de casos, <input type="checkbox"/>
		j) Asistencia y reporte de Eventos académicos. <input type="checkbox"/>
		k) Otros: (Detallar) <input type="checkbox"/>
Gestión práctica y autónoma	40%	a) Exámenes orales y escritos teóricos, <input checked="" type="checkbox"/>
		b) Exámenes orales y escritos prácticos, <input type="checkbox"/>
		c) Sustentación de proyectos de investigación y casos prácticos. <input type="checkbox"/>
		d) Otros: (Detallar) <input type="checkbox"/>
Acreditación y validación		





# UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL



## FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

### CARRERA DE: LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA

#### UNIDAD # 3: Programa de Relaciones Publicas

##### OBJETIVO:

Métodos, técnicas e instrumentos en función de las actividades de organización del aprendizaje.

Contenidos: Conocimientos a desarrollar.	Componentes de docencia.		Componentes de practicas de aplicación y experimentación de los aprendizajes.	Componentes de aprendizaje autónomo.	Tiempo de aprendizaje en horas.	Escenarios en función de los ambientes de aprendizaje.	Recursos didácticos.
	Actividades de aprendizaje asistido por el profesor.	Actividades de aprendizaje colaborativo.					
Conocerá las Relaciones Publicas como una estrategia comunicacional	Introducción al tema (Motivación- Interacción: recordación) Presentación de temas en diapositivas, clase magistral.	Taller sobre el análisis de Relaciones Publicas como una estrategia comunicacional			8	Aulico	Pizarra, marcadores, proyector, PC.
Conocerá las fases en la realización de un programa de Relaciones Publicas	Introducción al tema (Motivación- Interacción: recordación) Presentación de temas en diapositivas, clase magistral.				8	Aulico	Pizarra, marcadores, proyector, PC.
Identificará las diferentes estrategias que se pueden utilizar en el programa de Relaciones Publicas	Introducción al tema (Motivación- Interacción: recordación) Presentación de temas en diapositivas, clase magistral.	Taller sobre las estrategias de Relaciones Publicas utilizadas por las empresas		Investigar sobre los medios de comunicación más utilizados a nivel mundial	8	Aulico	Pizarra, marcadores, proyector, PC.
Aplicación de medios en el programa de Relaciones Publicas	Introducción al tema (Motivación- Interacción: recordación) Presentación de temas en diapositivas, clase magistral.	Taller sobre los medios en el programa de Relaciones Publicas		Investigar sobre los medios de comunicación utilizados en el Ecuador por empresas para sus programas de Relaciones Publicas	8	Aulico	Pizarra, marcadores, proyector, PC.
Aprenderá a realizar una propuesta para la elaboración de un programa de Relaciones Publicas para un cliente.	Introducción al tema (Motivación- Interacción: recordación) Presentación de temas en diapositivas, clase magistral.			Realización de una propuesta para presentar a una empresa un programa de Relaciones Publicas como Asesor Externo.	8	Aulico	Pizarra, marcadores, proyector, PC.



# UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

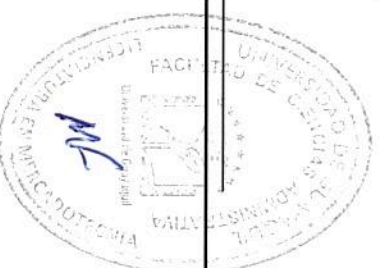
FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE: LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA



EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES UNIDAD # 3

Sistema de evaluación de los aprendizajes en función de:		Actividades.
Gestión formativa		a) Trabajo participativo en clase, <input checked="" type="checkbox"/> b) Reportes de talleres y equipos colaborativos, <input checked="" type="checkbox"/> c) Controles de lectura, <input type="checkbox"/> d) Otros: Exposiciones individuales sobre casos <input checked="" type="checkbox"/> a) Exposiciones individuales y grupales, <input checked="" type="checkbox"/> b) Demostración de uso directo de los acervos bibliotecarios o en red, <input type="checkbox"/> c) Trabajo de laboratorio, talleres, seminarios, <input type="checkbox"/> d) Ejercicios Orales y Escritos de técnica jurídica, <input type="checkbox"/> e) Prácticas Diversas, incluyendo la de los laboratorios, <input type="checkbox"/> f) Trabajos de Campo, <input type="checkbox"/> g) Trabajos individuales de lectura, análisis y aplicación, <input checked="" type="checkbox"/> h) Uso creativo y orientado de nuevas Tics y la multimedia, <input type="checkbox"/> i) Lectura crítica y análisis comparado de casos, <input checked="" type="checkbox"/> j) Asistencia y reporte de Eventos académicos. <input type="checkbox"/> k) Otros: (Detallar) <input type="checkbox"/> a) Exámenes orales y escritos teóricos, <input checked="" type="checkbox"/> b) Exámenes orales y escritos prácticos, <input type="checkbox"/> c) Sustentación de proyectos de investigación y casos prácticos. <input type="checkbox"/> d) Otros: (Detallar) <input type="checkbox"/>
Gestión práctica y autónoma	60%	
Acreditación y validación	40%	







# UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE: LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA



## F) BIBLIOGRAFIA

Básica	No	Título de la obra.	Existencia en biblioteca.	Número de ejemplares
Básica	1	Relaciones Publicas estrategias y tacticas. Dennis L. Wilcon - Glen T. Cameron, México. 8va edición 2006	SI	1
	2	Fundamentos del marketing. Kotler .Prentice Hall Juarez. México. 8va edición 2012	SI	2
	3			
	4			
Complementaria	1	Dirección de Mercadotecnia. Philip Kotler Prentice Hall Juarez, México 8va edición 2011	NO	
	2	Kotler Armstrong. Edición adaptada a Latinoamérica Prentice Hall Juarez, México. 8va edición 2012	NO	
	3			
	No			
Sitios web		Dirección electrónica / URL		
	1	<a href="http://www.academia.edu/7823071/RELACIONES_P%C3%94BICAS_Estrategias_y_T%C3%A1cticas_de_COMUNICACI%C3%93N_INTEGRADORA">http://www.academia.edu/7823071/RELACIONES_P%C3%94BICAS_Estrategias_y_T%C3%A1cticas_de_COMUNICACI%C3%93N_INTEGRADORA</a>		
	2	<a href="https://www.entrepreneur.com/articde/265655">https://www.entrepreneur.com/articde/265655</a>		
	3	<a href="http://pyme.lavoztx.com/ejemplos-de-campaas-de-relaciones-pblicas-5244.html">http://pyme.lavoztx.com/ejemplos-de-campaas-de-relaciones-pblicas-5244.html</a>		
F) FIRMAS DE RESPONSABILIDAD				
Responsabilidad.		Nombre del responsable.	Firma.	Fecha entrega.
Elaborado por:		ECO. MARIA FERNANDA MOYA PUENTE		25/7/2019
Revisado por:		ING. ROSA INÉS CARRASCO REYES		25/7/2019
Aprobado por:		ECON. MAURICIO VILLACRESES COBOS, MF		25/7/2019
Secretaría de la facultad:		AB. ELIZABETH CORONEL CASTILLO.		25/7/2019

