



Universidad Nacional de Salta



Facultad de Ciencias Económicas,
Jurídicas y Sociales

RESOLUCIÓN DECECO N° **679.17**
Salta, **15 AGO 2017**
EXPEDIENTE N° 6409/17

VISTO: La presentación efectuada por la Profesora Adjunta interina Samanta FERNANDEZ, mediante la cual solicita se apruebe para el período lectivo 2017 la planificación de la asignatura **RELACIONES PUBLICAS Y PROTOCOLO**, de tercer año de la carrera Tecnicatura Universitaria en Gestión de Turismo, Plan de Estudios 2013, que se dicta en la localidad de Cafayate, y;

CONSIDERANDO:

Que la propuesta presentada cumple con las normativas vigentes de aplicación (Resolución CS N° 521/13).

Que a fs. 9, del expediente de referencia, obra despacho N° 226 de la Comisión de Docencia con dictamen favorable.

Que el Art. 113, inciso 8 de la Res. A. U. N° 01/96, Estatuto de la Universidad Nacional de Salta establece como una atribución del Consejo Directivo la de aprobar Programas Analíticos y la Reglamentación sobre régimen de regularidad y promoción.

Que mediante las Resoluciones N° 420/00 y 718/02, el Consejo Directivo de esta Unidad Académica, delega al Señor Decano las atribuciones antes mencionadas.

POR ELLO, en uso de las atribuciones que le son propias,

**EL DECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS,
JURIDICAS Y SOCIALES
RESUELVE:**

ARTICULO 1.- APROBAR la planificación que obra de fs. 2 a 7, de la asignatura **RELACIONES PUBLICAS Y PROTOCOLO**, de tercer año de la carrera Tecnicatura Universitaria en Gestión de Turismo, Plan de Estudios 2013, que se dicta en la localidad de Cafayate, presentada por la Profesora Adjunta interina Samanta FERNANDEZ, cuyo programa analítico y de examen, bibliografía, régimen de regularidad y promoción obran como Anexo I de la presente Resolución.

ARTICULO N° 2.- HAGASE SABER a la Profesora Samanta FERNANDEZ, a Dirección General Académica, a las Direcciones de Alumnos e Informática y al C.E.U.C.E, para su toma de razón y demás efectos.

ahl

Cr. AZUCENA SANCHEZ DE CHIOZZI
Secretaría As. Académico y de Investigación
Fac. de Cs. Económicas, Jurídicas y Sociales



Cr. VICTOR HUGO CLAROS
DECANO
Fac. de Cs. Econ. Jur. y Soc. - UNSA.



ANEXO I – RES. DECECO N° **679.17**
RELACIONES PÚBLICAS Y PROTOCOLO

CARRERA: Tecnicatura Universitaria en Gestión del Turismo
AÑO DE LA CARRERA: Tercero **PLAN DE ESTUDIOS:** 2013
CUATRIMESTRE: 2º
CARGA HORARIA SEMANAL: 4 horas
PERIODO LECTIVO: 2017

IMPORTANCIA E INTEGRACION EN EL PLAN DE ESTUDIOS

El gran flujo de información característico de una sociedad posmoderna nos lleva a afirmar la importancia de las relaciones públicas en la gestión de las organizaciones. Es innegable que el buen desempeño de una institución no podría llevarse a cabo sin una buena comunicación con los distintos sectores de la sociedad. Por ello las Relaciones Públicas se han convertido en parte del núcleo de gestión de las organizaciones, siendo imprescindible que quien se desarrolle en los mandos directivos tenga cabal conocimiento acerca de esta disciplina.

En concordancia con el perfil del egresado, esta asignatura que forma parte del plan de estudios de la carrera Tecnicatura Universitaria en Gestión de Turismo (Res. CS 521/13) dentro del área de formación general, tiene como propósito brindar al egresado conocimientos y herramientas modernas para la administración y gestión de las organizaciones relacionadas al sector turístico.

Teniendo en cuenta el gran crecimiento turístico de la provincia en el sector resulta menester desarrollar en las organizaciones habilidades de comunicación que les permitan a las empresas y distintas instituciones un adecuado sistema de comunicaciones, una imagen corporativa positiva y que brinde así herramientas para mejorar su competitividad en el mercado.

Por otro lado, las actividades de comunicación realizadas para promocionar un destino o un producto turístico son de vital importancia, en este sentido la organización de eventos es un gran potencial con múltiples beneficios para el sector. El técnico en gestión de turismo debe conocer y manejar estas herramientas comunicativas que las relaciones públicas ofrecen.

OBJETIVOS

- Brindar herramientas conceptuales, teóricas y metodológicas propias del campo disciplinar de las relaciones públicas para la aplicación de desempeño profesional.
- Comprender los distintos instrumentos de comunicación que tiene a su alcance con el objeto de favorecer la relación con los diferentes públicos con los cuales opera la organización.
- Conocer las distintas clases de imagen corporativa que existen y los componentes que conforman la misma.
- Incorporar competencias que le permitan al estudiante dar cuenta de la inserción de las Relaciones Públicas en las diferentes organizaciones del sector turístico.





679.17



Universidad Nacional de Salta

Facultad de Ciencias Económicas,
Jurídicas y Sociales

PROGRAMA DE CONTENIDOS

UNIDAD 1

Eje Temático: Conceptualización de las Relaciones Públicas

Temas: Reseña histórica. Concepto de Relaciones Públicas. Diferentes enfoques. Modelos de las Relaciones Públicas: funciones y objetivos. Fases de las Relaciones Públicas. Importancia de Planificar en las Relaciones Públicas. Etapas de un plan.

UNIDAD 2

Eje temático: Relaciones Públicas en Organizaciones

Temas: Las Relaciones Públicas como parte del engranaje de una empresa: su composición, funciones, ventajas y desventajas. Las Relaciones Publicas en acción: relación con el público interno y externo, con la comunidad y con la prensa. Las relaciones frente a los medios de comunicación masiva. Imagen y comunicación. Identidad corporativa. La responsabilidad en el ejercicio de las Relaciones Publicas.

UNIDAD 3

Eje Temático: Relaciones Publicas y el Sector turístico.

Temas: Formulación de una política de desarrollo turístico. Planeamiento estratégico para el turismo. Comunicación estratégica para el sector turístico. Comunicación 2.0. Eventos como herramienta de comunicación. El protocolo. Centro de Convenciones de Salta. Características, fortalezas y explotación.

METODOLOGIA

La materia se organizará en clases teóricas y prácticas, para ello se adoptaran las siguientes estrategias de enseñanza:

- Clases expositivas haciendo referencia a las fuentes bibliográficas
- Estudio de casos y situaciones problema para la reflexión, problematización, deconstrucción y elaboración de los conceptos.
- Trabajos Prácticos que permitan el análisis e integración de los contenidos de los diferentes ejes temáticos que componen el programa de la materia.

Se propiciará la lectura crítica de la bibliografía sugerida en el programa. Los trabajos prácticos serán escritos y orales, tanto individuales como grupales.





679.17

Universidad Nacional de Salta

Facultad de Ciencias Económicas,
Jurídicas y Sociales**CRITERIOS Y SISTEMA DE EVALUACION**

La evaluación tendrá lugar a lo largo todo el cursado y se considerarán todas las actividades a realizar. La propuesta consiste en que la evaluación forme parte de todo el proceso de aprendizaje, no solo las notas alcanzadas en los exámenes finales si no tener en cuenta las distintas instancias donde la comprensión del alumno se hace presente, ya sea en la participación en clase, como en los trabajos prácticos. Se utilizarán los siguientes criterios:

- Evidencia de lectura de la bibliografía obligatoria.
- Coherencia interna
- Criterio analítico
- Dominio técnico en las tareas que así lo requieran
- Fundamentación teórica.

CONDICIONES PARA OBTENER LA REGULARIDAD Y LA ACREDITACIÓN

La asignatura tiene un régimen de regularidad con examen final. Para acreditar la regularidad el alumno deberá

- Cumplir con el 75% de asistencia
- Aprobar el 75% de trabajos prácticos propuestos
- Aprobar los parciales establecidos con calificación no menor a 6 (seis)

Para acreditar la finalización de la asignatura el alumno deberá aprobar el examen final correspondiente.

BIBLIOGRAFIA

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA			
Autor	Título	Editorial	Lugar y año de edición
Castillo Hermosa, J., Bayon Esteban M. y Arteta Arrue, R.	La empresa ante los medios de comunicación.	Editorial Deusto	Bilbao. 1992
Cirigliano, G.	Relaciones Públicas.	Editorial Humanitas	Buenos Aires. 2000
Grunig, J. y Hunt, T.	Dirección de Relaciones Públicas	Gestión 2000.	España. 2003.
Gotello, A.	Manual de Ceremonial Empresario e Institucional.	Editorial Revista Imagen.	Buenos Aires. 2001
Flores Bao, F.	Relaciones Públicas. Ciencia de la integración humana.	Imprenta Desa.	Lima, 1991.
Sotelo Enriquez, C.	Introducción a la comunicación institucional	Ariel Comunicación	Barcelona. 2001.
Villafañe J.	Gestión Profesional de la Imagen Corporativa	Editorial Pirámide	Barcelona. 2001





679.17



Universidad Nacional de Salta

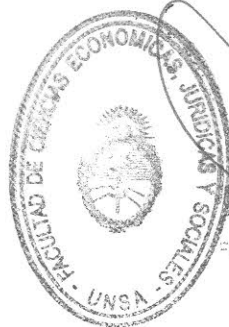
Facultad de Ciencias Económicas,
Jurídicas y Sociales

Wilcox, D.	RRPP, Estrategias y Tácticas.	Editorial Addison W.	Madrid. 2001.
Otras publicaciones			
Guevara Plaza, A. (2008) La web 2.0 y su aplicación al sector turístico: Travel 2.0.			
Herranz de la Casa, J. M. (2015) Los ciudadanos como nuevos comunicadores y vigilantes de la transparencia de las empresas y administraciones públicas. Disponible en https://www.researchgate.net/publication/28209677 Los ciudadanos como nuevos comunicadores y vigilantes de la transparencia de las empresas y administraciones publicas			
Minguez, R. (2003) Un Marco Conceptual para la imagen coporativa. Disponible en http://www.ehu.eus/zer/hemeroteca/pdfs/zer07-10-minguez.pdf			
Silva, X. (2011) Las redes Sociales como herramientas de Relaciones Publicas de las instituciones europeas. En Correspondencias y Análisis; vol.1, nº1. Disponible en http://www.correspondenciasyanalisis.com/es/pdf/rp/redes_sociales.pdf			
Plan Estratégico de Turismo Sustentable 2025. Ministerio de Turismo de la Nación.			

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA			
Autor	Titulo	Editorial	Lugar y año de edición
Brandoli, A. y Gnzoales F.	Comunicación interna	Ediciones La Crujía	Buenos Aires. 2009
Capriotti, P.	La imagen de la empresa. Estrategia para una comunicación integrada.	Editorial Ariel	Barcelona. 2005
Cruz Gomez, P. y Salva, M.L.	Congresos y Convenciones	Editorial Diana.	Mexico. 1994
Lesly, P.	Nuevo Manual de Relaciones Publicas.	Martinez Roca Editorial.	Barcelona. 1981
Raymon, S.	Relaciones Publicas. Teoría y Práctica.	Limusa.	Mexico. 1998
Scheinsonn, D.	Dinámica de la comunicación y la imagen corporativa.	Fundacion Osde.	Buenos Aires. 1998.

R
eo

Azucena
 Cra. AZUCENA SANCHEZ DE CHIOZZI
 Secretaria As. Académicos y de Investigación
 Fac. Cs. Econ. Jur. y Soc. - UNSa.



Victor Hugo Claros
 Dr. VICTOR HUGO CLAROS
 DECANO
 Fac. de Cs. Econ. Jur. y Soc. - UNSa.