



Universidad Nacional de Salta



Facultad de Ciencias Económicas,
Jurídicas y Sociales

"2021 – Año de Homenaje al Premio Nobel de Medicina
Dr. César Milstein"

RESOLUCIÓN DECECO N°: 482-21

Salta, 30 JUN 2021

EXPEDIENTE N°: 6409/17

V I S T O: La **planificación anual**, para el Período Lectivo 2021, de la asignatura **RELACIONES PÚBLICAS Y PROTOCOLO**, del segundo cuatrimestre de tercer año de la carrera Tecnicatura Universitaria en Gestión de Turismo, Plan de Estudios 2013, que se dicta en la Extensión Áulica Cafayate, de esta Universidad, presentada por la Esp. Samanta Ivone FERNÁNDEZ, Profesora Adjunta Temporaria de la mencionada asignatura, y;

CONSIDERANDO:

Que por Resolución CD-ECO N° 295/18 se establece la modalidad de presentación y aprobación de los contenidos programáticos y de las planificaciones de las diferentes cátedras que componen los planes de estudios dependientes de esta Unidad Académica.

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

Que a fs. 22 del Expediente de referencia, obra Despacho N° 141/21 de la Comisión de Docencia donde aconseja la aprobación de la planificación anual de la asignatura RELACIONES PÚBLICAS Y PROTOCOLO, Tecnicatura Universitaria en Gestión de Turismo, Plan de Estudios 2013, localidad de Cafayate.

Que el Art. 113, inc. 8 de la Resolución 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,
JURÍDICAS Y SOCIALES**

R E S U E L V E:

ARTICULO 1°.- APROBAR la planificación anual, para el Período Lectivo 2021, que obra de fs. 17 a 20 del Expediente de referencia, de la asignatura **RELACIONES PÚBLICAS Y PROTOCOLO**, del segundo cuatrimestre de tercer año de la carrera Tecnicatura Universitaria en Gestión de Turismo, Plan de Estudios 2013, que se dicta en la Extensión Áulica Cafayate, de esta Universidad, presentada por la Esp. Samanta Ivone FERNÁNDEZ, Profesora Adjunta Temporaria de la mencionada asignatura, y que obra como Anexo I, de la presente Resolución.





Universidad Nacional de Salta



Facultad de Ciencias Económicas,
Jurídicas y Sociales

482-27

"2021 – Año de Homenaje al Premio Nobel de Medicina
Dr. César Milstein"

ARTICULO 2º.- HÁGASE SABER a la Profesora Samanta Ivone FERNÁNDEZ, a la Extensión Áulica Cafayate, a las Direcciones General Académica, de Alumnos y de Informática y al C.E.U.C.E., para su toma de razón y demás efectos.

ah/os

[Handwritten initials]

[Handwritten signature]

Cra. María Rosa Panza de Miller
Secretaria de As. Académicos
Fac. Cs. Econ. Jur. y Soc. - UNSa.



[Handwritten signature]

Esp. ANGÉLICA ELVIRA ASTORGA
VICE DECANA
Fac. de Cs. Econ. Jur. y Soc. - UNSa



Universidad Nacional de Salta



Facultad de Ciencias Económicas,
Jurídicas y Sociales

"2021 – Año de Homenaje al Premio Nobel de Medicina
Dr. César Milstein"

ANEXO I – RESOLUCIÓN N° 482 - 21
PLANIFICACIÓN ANUAL

ASIGNATURA: RELACIONES PÚBLICAS Y PROTOCOLO	
CARRERA: Tecnicatura Universitaria en Gestión de Turismo	SEDE: Ext. Álica Cafayate
AÑO DE LA CARRERA: 3° Año	CUATRIMESTRE: Segundo
PLAN DE ESTUDIOS: 2013	PERÍODO LECTIVO: 2021
CARGA HORARIA TOTAL: 60 horas:	SEMANAL: 4 horas

EQUIPO DOCENTE:

Docente	Categoría	Dedicación	Correo electrónico
Samanta Ivone FERNANDEZ	Adjunto Temporario	Simple	samantafernandezreyes@gmail.com
María Eugenia NIETO	JTP Temporario	Simple	mariaeugeniანიето@outlook.om.ar licmariaeugeniანიето@gmail

PROGRAMA DE CONTENIDOS (ANALÍTICO Y DE EXAMEN)

TEMA N° 1: INTRODUCCIÓN A LAS RELACIONES PÚBLICAS

Contenidos: Conceptos fundamentales de las RRPP. Reseña histórica. Modelos de las RRPP. Principios de las RRPP. Principales diferencias con el periodismo, la publicidad y el Marketing. Importancia de las RRPP para el sector turístico: ventajas y desventajas.

Objetivos específicos:

- Conceptualizar los términos básicos del ámbito de las RRPP
- Identificar las principales diferencias con otras áreas del conocimiento con las que se la relaciona
- Reconocer la trascendencia de la gestión de las RRPP para el sector turístico

TEMA N° 2: PLANEAMIENTO ESTRATEGICO DE LAS RELACIONES PUBLICAS

Contenidos: Introducción al planeamiento estratégico de las RRPP para el sector turístico. Análisis de situación. Diagnóstico. Análisis organizacional.

Objetivos específicos:

- Brindar herramientas teórico – prácticas relativas a la planificación estratégica en RRPP
- Manejar un mapa de públicos organizacional
- Reflexionar acerca del entorno organizacional y plasmarlo en un diagnóstico de situación

TEMA N° 3: IDENTIDAD E IMAGEN CORPORATIVA

Contenidos: Identidad corporativa. Imagen corporativa. Estrategias de gestión de la imagen. Auditoria de imagen. Concepto de Marca. Marca Turística. Marca País.

Objetivos específicos:

- Comprender la importancia de la identidad e imagen corporativa para la gestión de una organización y para el sector turístico
- Conocer las herramientas para la gestión y la auditoria de la imagen
- Comprender el concepto de Marca y aplicarla al sector turístico

TEMA N° 4: COMUNICACIÓN EXTERNA APLICADA AL TURISMO

Contenidos: Concepto de comunicaciones integradas y estratégicas. La comunicación





externa: Procesos, tácticas, gestión y medición en las estrategias comerciales y de promoción turísticas. Vinculación institucional con la comunidad, a nivel gubernamental, no gubernamentales y medios de comunicación. Relaciones públicas con turistas.

Objetivos específicos:

- Comprender la importancia de la comunicación integrada en las organizaciones
- Identificar los distintos públicos externos de las organizaciones del sector turístico
- Conocer las estrategias para la gestión de la comunicación externa en las organizaciones

TEMA N° 5: COMUNICACIÓN INTERNA Y GESTIÓN DE CRISIS

Contenidos: Comunicación interna como vehículo de la identidad organizacional. Estrategias de comunicación interna. Gestión de Crisis en el sector turístico.

Objetivos específicos:

- Comprender la importancia de comunicación interna para la buena gestión de las organizaciones
- Analizar el vínculo entre la comunicación interna y la identidad corporativa
- Conocer los programas de comunicación interna para una gestión eficiente
- Conocer las herramientas para la gestión de crisis en el sector turístico

TEMA N° 6: TURISMO DE REUNIONES

Contenidos: Políticas de desarrollo del turismo reuniones. Organización de eventos y reuniones en el sector turístico. Turismo de reuniones en la Provincia de Salta: Caso Centros de convenciones de Salta. Las fases de organización de eventos y reuniones. Tipología.

Objetivos específicos:

- Conocer las repercusiones del turismo de reuniones para el desarrollo del sector
- Analizar la situación del turismo de reuniones en el país y en la provincia
- Adquirir herramientas para el manejo y la organización de reuniones

TEMA N° 7: CEREMONIAL Y PROTOCOLO

Contenidos: El Ceremonial empresario y Protocolo.

Objetivos específicos:

- Identificar las diferencias entre los conceptos de ceremonial y protocolo
- Dominar los principios del ceremonial y el protocolo
- Reconocer los aportes que estas disciplinas brindar para un mejor y correcto desenvolvimiento en el ámbito institucional.

PROGRAMA DE TRABAJOS PRÁCTICOS

TRABAJO PRÁCTICO N° 1: CONOCEMOS LAS RELACIONES PÚBLICAS.

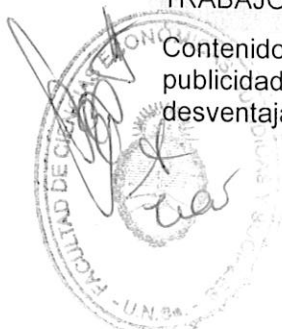
Contenidos: Conceptos fundamentales de las RRPP. Reseña histórica. Modelos de las RRPP.

Objetivo específico:

- Reforzar la conceptualización de los términos básicos del ámbito de las RRPP

TRABAJO PRÁCTICO N° 2: RELACIONES PÚBLICAS VS ...

Contenidos: Principios de las RRPP. Principales diferencias con el periodismo, la publicidad y el Marketing. Importancia de las RRPP para el sector turístico: ventajas y desventajas





Universidad Nacional de Salta



Facultad de Ciencias Económicas,
Jurídicas y Sociales

482-21

"2021 – Año de Homenaje al Premio Nobel de Medicina
Dr. César Milstein"

Objetivos específicos:

- Identificar y ejemplificar las principales diferencias con otras áreas del conocimiento con las que se la relaciona.
- Reconocer la trascendencia de la gestión de las RRPP aplicadas al sector turístico

RABAJO PRÁCTICO Nº 3: DESARROLLO DE UN PLAN ESTRATEGICO DE RELACIONES PÚBLICAS

Contenidos: Introducción al planeamiento estratégico de las RRPP para el sector turístico. Análisis de situación. Diagnóstico. Análisis organizacional.

Objetivos específicos:

- Emplear las herramientas prácticas relativas a la planificación estratégica en RRPP
- Aplicar el concepto de mapa de públicos organizacional
- Reflexionar acerca del entorno organizacional y plasmarlo en un diagnóstico de situación

TRABAJO PRÁCTICO Nº4: IDENTIDAD E IMAGEN TURÍSTICA

Contenidos: Identidad corporativa. Imagen corporativa. Estrategias de gestión de la imagen. Auditoria de imagen.

Objetivos específicos:

- Analizar la importancia de la identidad e imagen corporativa para la gestión de una organización y el sector turístico.

TRABAJO PRÁCTICO Nº 5: DEJAMOS MARCA

Contenidos: Concepto de Marca. Marca Turística. Marca País.

Objetivos específicos:

- Simular la creación de imagen corporativa para la gestión de marca turística.
- Conocer las herramientas para la gestión y la auditoria de la imagen.
- Fortalecer el concepto y relevancia del concepto de Marca y aplicarla al sector turístico.

TRABAJO PRÁCTICO Nº 6: ¿CÓMO NOS COMUNICAMOS EN TURISMO?

Contenidos: Concepto de comunicaciones integradas y estratégicas. La comunicación externa: Procesos, tácticas, gestión y medición en las estrategias comerciales y de promoción turísticas. Vinculación institucional con la comunidad, a nivel gubernamental, no gubernamentales y medios de comunicación. Relaciones públicas con turistas

Objetivos específicos:

- Interpretar la comunicación integrada en las organizaciones
- Identificar los distintos públicos externos de las organizaciones del sector turístico
- Analizar diferentes estrategias y formas de gestión de la comunicación externa en las organizaciones turísticas.

TRABAJO PRÁCTICO Nº 7: DESDE ADENTRO: COMUNICACIÓN INTERNA

Contenidos: Comunicación interna como vehículo de la identidad organizacional. Estrategias de comunicación interna.

Objetivos específicos:

- Analizar el vínculo entre la comunicación interna y la identidad corporativa

TRABAJO PRÁCTICO Nº 8: GESTIÓN DE CRISIS

Contenidos: Gestión de Crisis en el sector turístico.





Universidad Nacional de Salta



Facultad de Ciencias Económicas,
Jurídicas y Sociales

482-21

"2021 – Año de Homenaje al Premio Nobel de Medicina
Dr. César Milstein"

Objetivos específicos:

- Aplicar los programas de comunicación interna para una gestión eficiente
- Emplear las herramientas para la gestión de crisis en el sector turístico.

TRABAJO PRÁCTICO N° 9: CAFAYATE DESTINO DE REUNIONES

Contenidos: Políticas de desarrollo del turismo reuniones. Organización de eventos y reuniones en el sector turístico. Turismo de reuniones en la Provincia de Salta: Caso Centros de convenciones de Salta. Las fases de organización de eventos y reuniones. Tipología.

Objetivos específicos:

- Analizar la situación y potencialidades del turismo de reuniones en nuestro destino.
- Adquirir herramientas para el manejo y la organización de reuniones

TRABAJO PRÁCTICO N° 10: EL PROTOCOLO EN TURISMO

Contenidos: El Ceremonial empresario y Protocolo.

Objetivos específicos:

- Identificar las diferencias entre los conceptos de ceremonial y protocolo
- Reconocer los aportes que estas disciplinas brindan para un mejor y correcto desenvolvimiento en el ámbito turístico.

HORARIOS DE CLASES

Clases	Comisión	Docente	Días	Horario
Teóricas	1	Fernández, Samanta	Martes	19 a 21
Prácticas	1	Nieto, María Eugenia	Martes	21 a 23

Semana	Fecha	Clases teóricas	Clases Prácticas
		Tema	Tema
1	07/09/21	Conceptos básicos Reseña histórica. Modelos.	Trabajo Individual: Conocemos las Relaciones Públicas
2	14/09/21	Principios. Diferencias con el periodismo, la publicidad y el Marketing. Importancia de las RRPP para el sector turístico.	Aula Taller: Relaciones públicas vs...
3	21/09	Introducción al planeamiento estratégico de las RRPP para el sector turístico. Análisis de situación. Diagnóstico. Análisis organizacional.	Resolución de ejercicios: Desarrollo de un plan estratégico de relaciones públicas
4	28/09	Identidad corporativa. Imagen corporativa. Estrategias de gestión de la imagen. Auditoria de imagen. Concepto de Marca. Marca Turística. Marca País.	Debate: Identidad e imagen turística. Diseño y ejecución de proyectos: Dejamos marca





Universidad Nacional de Salta



Facultad de Ciencias Económicas,
Jurídicas y Sociales

482-2-1

"2021 - Año de Homenaje al Premio Nobel de Medicina
Dr. César Milstein"

Semana	Fecha	Clases teóricas	Clases Prácticas
		Tema	Tema
5	05/10	Concepto de comunicaciones integradas y estratégicas. La comunicación externa: Procesos, tácticas, gestión y medición en las estrategias comerciales y de promoción turísticas.	Análisis de textos:
6	12/10	1º PARCIAL	
7	19/10	Vinculación institucional con la comunidad, a nivel gubernamental, no gubernamentales y medios de comunicación. Relaciones públicas con turistas.	Problematización: ¿Cómo nos comunicamos en turismo?
8	26/10	Comunicación interna como vehículo de la identidad organizacional. Estrategias de comunicación interna	Trabajo individual: Desde adentro
9	02/11	Gestión de Crisis en el sector turístico.	Ejercicios de simulación: Afrontar la crisis en turismo
10	09/11	Políticas de desarrollo del turismo reuniones. Organización de eventos y reuniones en el sector turístico. Turismo de reuniones en la Provincia de Salta: Caso Centros de convenciones de Salta.	Ejercicios de simulación: Cafayate Destino de Reuniones
11	16/11	Las fases de organización de eventos y reuniones. Tipología. El Ceremonial empresario y Protocolo.	Debate: El protocolo en turismo
12	23/11	2º PARCIAL	
13	30/11	RECUPERATORIO DE 1º Y 2º PARCIAL	
Cantidad de clases		13	13
Hs. por clase		26 hs.	26 hs.
Total		52 hs.	
Clases de apoyo		4 hs.	4 hs.
Carga horaria total		60 hs.	

**DISTRIBUCIÓN DE LA CARGA HORARIA
PLANIFICACION DE ACTIVIDADES POR CUATRIMESTRE**

Actividades de Docencia	Docente a cargo	Cuatrimestre (1º y 2º)
Planificación integral de actividades presenciales y virtuales	Samanta Fernández	1 y 2do
Planificación de trabajos prácticos	María Eugenia Nieto	1 y 2do
Control y asistencia de Trabajos Prácticos	María Eugenia Nieto	2do
Revisión y control de bibliografía	Samanta Fernández	1 y 2do





Universidad Nacional de Salta



Facultad de Ciencias Económicas,
Jurídicas y Sociales

482-21

"2021 - Año de Homenaje al Premio Nobel de Medicina
Dr. César Milstein"

Actividades de Docencia	Docente a cargo	Cuatrimestre (1º y 2º)
Dictado de clases teóricas	Samanta Fernandez	2ro
Dictado de clases prácticas	María Eugenia Nieto	2ro

CLASES DE CONSULTA

Día Semana	Horario	Periodicidad	Lugar	Responsable/s
Miércoles	17 a 19	Semanal	Aula	Samanta Fernández
Miércoles	19 a 21	Semanal	Aula	María Eugenia Nieto

REUNIONES DE CÁTEDRA

Día Semana	Horario	Periodicidad	Lugar
Jueves	19 hs	Semanal	Facultad

ACTIVIDADES DE CAPACITACIÓN Y PERFECCIONAMIENTO DOCENTE

Curso	Docente/s	Lugar y fecha
Ciclo de posgrado "La enseñanza en entornos combinados: presencial y virtual"	Samanta Fernández	Salta, en curso
Diplomatura en Relaciones Públicas	Samanta Fernández	Buenos Aires, en curso
Curso en línea: Las redes sociales y su impacto en los museos	María Eugenia Nieto	18 al 27 de mayo digital
Congreso Internacional de Turismo Argentino - CITA 2021	María Eugenia Nieto	12 al 14 de mayo digital
"Herramientas de Moodle para la Edición de un Aula Virtual" Curso organizado por el Instituto de Investigaciones en Educación a Distancia (I.I.E.Di.).	María Eugenia Nieto	10 de mayo MOODLE UNSa

DISTRIBUCIÓN HORARIA SEMANAL ESTIMADA DEL EQUIPO DOCENTE

Docente	Docencia	Investigación	Gestión	Extensión
Samanta Fernández	10			
María Eugenia Nieto	10			

OTRAS ACTIVIDADES

Samanta Fernández

Integrante del proyecto de investigación **Carta Arqueológica del Departamento de Cafayate (Salta)**. Dirigido por Rossana Elizabeth Ledesma, perteneciente al Consejo de Investigación de la Universidad Nacional de Salta, resolución N° 2461/0.

Integrante del proyecto **Destino Cafayate y Quebrada de las Conchas. Comunicación pública de la ciencia y turismo responsable** en el marco de la Convocatoria Proyectos Interdisciplinarios en Temas Estratégicos. Dirigido por Rossana Elizabeth Ledesma, perteneciente al Consejo de Investigación de la Universidad Nacional de Salta, proyecto N° 2691/0.

María Eugenia Nieto

Integrante de planta permanente del Museo de la Vid y el Vino de Cafayate. Encargada de Calidad de los Servicios.

Asesoría profesional turística Blend Contenido Digital.

Maestranda de la Maestría en Museología de Facultad de Artes de la Universidad Nacional de Tucumán, con Resolución Ministerial N° 2020-21 - APN-ME, Expediente N° 7084/2020.

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]
Cra. María Rosa Panza de Miller
Secretaria de As. Académicos
Fac. Cs. Econ. Jur. y Soc. - UNSa.



[Handwritten signature]
Esp. ANGÉLICA ELVIRA ASTORGA
VICE DECANA
Fac. de Cs. Econ. Jur. y Soc. - UNSa