

FACULTAD DE HUMANIDADES

RELACIONES PÚBLICAS E INSTITUCIONALES

# PLAN DE ESTUDIOS

UNIVERSIDAD DE  
**Belgrano**  
BUENOS AIRES - ARGENTINA

**ANEXO**  
**Res. Nº UB 082/13**  
**Licenciatura en Relaciones Públicas e Institucionales**  
**Ajuste 2014**

**Tabla general de asignaturas del Plan de Estudios y Obligaciones Académicas**

Asignatura	Horas cátedra semanales	Carga horaria total en horas cátedra	Carga horaria total en horas reloj	Correlatividades
<b>1er. Año</b>				
Introducción a las Relaciones Públicas	5	80	60	
Introducción a la Administración	4	64	48	
Teoría de la Comunicación	5	80	60	
Expresión Oral y Escrita	5	80	60	
Inglés 1	5	80	60	
Técnicas de Relaciones Públicas	5	80	60	Introducción a las Relaciones Públicas
Sociología	4	64	48	
Psicología	4	64	48	
Práctica Profesional 1	5	80	60	Introducción a las Relaciones Públicas
Inglés 2	5	80	60	Inglés 1
Prueba de nivel de Inglés				
Prueba de nivel de Informática				
<b>Subtotal anual horas reloj</b>			<b>564</b>	
<b>2do. Año</b>				
Ceremonial y Protocolo	5	80	60	
Psicología de las Organizaciones	5	80	60	Psicología
Redacción en Relaciones Públicas	5	80	60	Expresión oral y escrita
Identidad Corporativa	5	80	60	Introducción a las Relaciones Públicas
Estudios Multiculturales y Comunicación	4	64	48	
Ciencia Política y Relaciones Internacionales	4	64	48	Estudios multiculturales y comunicación

Comunicación Corporativa	5	80	60	Identidad corporativa
Organización de Eventos	5	80	60	Ceremonial y protocolo
Planificación de Programas de Relaciones Públicas (Práctica Profesional 2)	5	80	60	Práctica profesional 1
Derecho	3	48	36	
Materia Optativa de Formación General (MOFG) 1	2	32	24	
Participación en Jornadas y Congresos			<b>23</b>	
<b>Subtotal anual horas reloj</b>			<b>576</b>	
<b>3er. Año</b>				
Medios de Comunicación Gráficos	4	64	48	Teoría de la comunicación
Relaciones Públicas en Organizaciones sin fines de Lucro	4	64	48	
Metodología de la Investigación	5	80	60	
Semiología y Análisis del Discurso	4	64	48	Redacción en Relaciones Públicas
Economía y Finanzas	3	48	36	
MOFG 2	2	32	24	
Medios de Comunicación Audiovisuales	4	64	48	
Responsabilidad Social de las Organizaciones	4	64	48	
Gestión de Proyectos en Relaciones Públicas - (Habilitación Profesional 1)	5	80	60	RRPP en organizaciones sin fines de lucro + Planificación de programas de RRPP (Práctica profesional 2)
Investigación en Relaciones Públicas	4	64	48	Metodología de la Investigación
Opinión Pública	3	48	36	
MOFG 3	2	32	24	
Participación en Jornadas y Congresos			<b>23</b>	
<b>Subtotal anual horas reloj</b>			<b>528</b>	
<b>Título Intermedio: ANALISTA DE RELACIONES PÚBLICAS</b>			<b>1668</b>	
<b>4to. Año</b>				
Dirección Estratégica de las Relaciones Públicas	4	64	48	Gestión de proyectos en RRPP

Comunicación en Situaciones de Crisis (Media Training)	4	64	48	
Asuntos Públicos y Comunicación Política	4	64	48	
Medios de Comunicación Digital	4	64	48	
Recursos Humanos	3	48	36	
Producción Audiovisual	2	32	24	
Habilitación profesional 2 - Taller de Consultoría en Relaciones Públicas	5	80	60	Gestión de proyectos en RRPP (Habilitación profesional 1)
Dinámica de Grupos y Liderazgo	4	64	48	
Ética y Deontología Profesional	4	64	48	
Materia Optativa de Formación Específica – MOFE	4	64	48	
Taller de Trabajo Final de Carrera	4	64	48	
<b>Subtotal anual horas reloj</b>			<b>515</b>	
<b>Subtotal horas reloj</b>			<b>2183</b>	
Trabajo Social Profesional			<b>200</b>	
Desarrollo de Trabajo Final de Carrera			<b>150</b>	
Participación en Jornadas y Congresos			<b>45</b>	
Prueba de Lecto-comprensión de Inglés			-	
<b>TOTAL DE LA CARRERA EN HORAS RELOJ</b>			<b>2.624</b>	
<b>Título final: LICENCIADO EN RELACIONES PÚBLICAS e INSTITUCIONALES</b>				

**Listado de MOFE:**

Asignatura	Horas Cátedra semanales	Carga Horaria Total en Horas Cátedra	Carga Horaria Total en Horas Reloj
Comunicaciones de Marketing	4	64	48
Marketing de Servicios	4	64	48

## **Contenidos mínimos**

### **Introducción a las Relaciones Públicas**

Concepto de RR.PP. Evolución de las RR.PP. durante el siglo XX. Incumbencias y competencias del Relacionista Público. Objetivos y funciones de las RR.PP. Perfil, alcances e incumbencias profesionales. Decreto 256/94. Asesoría en Relaciones Públicas. Área o departamento de Relaciones Públicas. Concepto de público. Clasificación. Tipos de vínculos. Teorías de las Relaciones Públicas. La teoría situacional. Los cuatro modelos de Grunig. Teoría Latinoamericana de las Relaciones Públicas. Las relaciones con la prensa y con otros stakeholders. Asociaciones profesionales de RR.PP. en Argentina, América y el resto del mundo.

### **Introducción a la Administración**

Los fundamentos de la administración. Escuelas de administración. Las escuelas clásicas. Las escuelas de Relaciones Humanas y Neoclásicas. Las escuelas de Sociología y Psicología. El estructuralismo. Los enfoques contemporáneos: las escuelas de la Teoría de la Organización y de la Teoría de los Sistemas. Aplicaciones de la Administración. Organización formal e informal. Características organizacionales. Planeamiento y proceso decisorio. Organigramas. Departamentalización. Relaciones de línea y de staff. Centralización vs. descentralización de la autoridad. Control de gestión. Cambio. Creatividad. Innovación. Análisis estratégico. Competitividad. Alianzas estratégicas.

### **Teoría de la comunicación**

El proceso de la comunicación humana. Modelos de comunicación. Concepto de receptor, emisor, canal, mensaje. Lenguaje verbal y no verbal. Concepto del sistema de feed-back. La comunicación en las organizaciones. La Mass Communication Research. Los axiomas de la comunicación. Los ruidos en la comunicación.

### **Expresión oral y escrita**

Redacción y gramática. Normas prácticas de redacción. Orden y coherencia sintáctica. Construcción lógica. Estilos literarios. Figuras retóricas. La narración y su técnica. Esquema de la narración. Verdad y verosimilitud en la narración. Estilos narrativos. Oratoria. La improvisación. Técnicas para una comunicación oral eficaz. El uso de herramientas de apoyo.

### **Inglés 1**

Manejo del lenguaje social, técnico y ocupacional del ámbito de las Relaciones Públicas en lengua inglesa. Expresiones de ubicación. Servicios y características especiales.

### **Técnicas de Relaciones Públicas**

Diferencia entre táctica y estrategia. Herramientas tácticas de las Relaciones Públicas. Herramientas de comunicación con los públicos internos: House organ, newsletter, cartelera, memorándum, comunicaciones en la Intranet, etc. Herramientas de

comunicación con los públicos externos: Publicidad institucional, comunicación a través de las redes sociales, etc. Comunicaciones especializadas con la prensa, con inversionistas, con la comunidad y con el gobierno.

### **Sociología**

Introducción a la sociología. Desarrollo de la teoría sociológica. Estado histórico y actual. La labor de un sociólogo. Cultura y sociedad. Concepto de cultura. Proceso de socialización. Interacción social y vida cotidiana. Grupos y organizaciones. Instituciones sociales. Cambio social. Análisis de las corrientes y tendencias actuales. El campo de la Sociología del trabajo. El cambio social y las nuevas categorías sociales.

### **Psicología**

Introducción a la psicología. Escuelas y teorías psicológicas. Percepción. La construcción del registro de la realidad. Sensación y percepción. Percepción pura y apercepción. La organización perceptible y las leyes de la Psicología de la Gestalt. Motivación. Concepto. El proceso motivacional. Motivo y meta-motivación y control consciente. Emociones y sentimientos. Delimitación del campo de la Psicología Social. Surgimiento de la Psicología Social. Relación individuo-sociedad. Individuo, familia, grupo, clase, sistema social y sistema cultural. Muchedumbre, masa y sociedad. Articulaciones y conceptualizaciones. La influencia social como efecto de la interacción.

### **Práctica profesional 1**

Gestión y organización de las RR.PP. El trabajo en consultoría. Desarrollo. Clasificación de los servicios. Estructura de una consultora. Roles y funciones. Distribución de tareas. Creación y conformación de una consultora de RR.PP.

### **Inglés 2**

Lecto comprensión de textos en inglés de la profesión. Utilización del lenguaje técnico específico.

### **Ceremonial y protocolo**

Concepto de ceremonial y protocolo. Reglas del ceremonial social. Reglas del protocolo. Lineamientos básicos de protocolo en distintas áreas profesionales. El campo de la diplomacia. El ceremonial y el protocolo en ámbitos gubernamentales y empresariales. Aplicación de reglas del ceremonial en distintos tipos de eventos: recepciones, congresos, convenciones, lanzamientos de productos, etc.

### **Psicología de las organizaciones**

Las instituciones sociales. Tipos de instituciones. Las organizaciones. Paradigmas organizacionales tradicionales. Nuevos paradigmas. Estructura y dinámica organizacional. La autoridad y el poder. Redes formales e informales de comunicación. Los conflictos. Organización y contexto. La persona en la organización. La socialización organizacional. Motivación, aprendizaje, actitudes. Equipos de trabajo. Empowerment. Aprendizaje organizacional. Teoría de la organización: historia y modelos desde la era industrial.

Teoría de la comunicación: principios y dinámica de los principales procesos comunicacionales internos (negociación, conflicto, liderazgo, toma de decisiones, creatividad).

### **Redacción en Relaciones Públicas**

Redacción aplicada a las comunicaciones de Relaciones Públicas. Tipos de discursos institucionales. Práctica de escritura de publicidad institucional, house organ, newsletters, folletería institucional, comunicados de prensa.

### **Identidad corporativa**

Conceptos de Identidad e imagen. Imagen institucional. El proceso de la formación de la imagen corporativa. Definición de la identidad de la empresa. Identificación conceptual. Cultura corporativa y comportamiento organizacional. Los valores. Misión y visión de una organización. La identificación visual: concepto y elementos. Integración con la estrategia de comunicación.

### **Estudios multiculturales y comunicación**

Definición de cultura. Cultura y sociedad. Multiculturalidad. Interculturalidad. Multiculturalidad y Relaciones Públicas. La inmigración y la globalización como ejes de la multiculturalidad actual. Casos de Relaciones Públicas multiculturales.

### **Ciencia política y relaciones internacionales**

El conocimiento de lo político. La organización política de la sociedad. El vocabulario de la política. El sistema político. El estado. La democracia. Transiciones desde el autoritarismo. Las relaciones internacionales como disciplina. Método y objeto de estudio. El sistema internacional. Concepto de soberanía, estado, territorio y las leyes internacionales. Principales actores internacionales. Cooperación internacional. Las relaciones internacionales y la diplomacia.

### **Comunicación corporativa**

Comunicación institucional vs. La comunicación comercial. Definiciones y conceptos básicos. La empresa como signo social. Organizaciones e instituciones. El discurso de la empresa. El proceso de la comunicación institucional. Comunicaciones integradas. Los públicos de la empresa. Concepto de público y audiencias especializadas. Identificación del mapa de públicos. El público interno. Auditoría de comunicación y clima interno. La comunicación interna: recursos y técnicas. Los públicos externos. La comunicación visual. Características de los mensajes visuales. Elementos y técnicas de la comunicación visual. El concepto de comunicación global.

### **Organización de eventos**

Herramientas para la organización de eventos. Planificación. Programación. Difusión. Negociación. Seguridad. Administración. Ceremonial. Organización. Relación con la prensa. Publicidad. Ambientación, Contrataciones. Marketing. Técnicas creativas empresariales. Recursos psicológicos de gestión para el organizador. Ferias y Congresos,

Seminarios, Jornadas, Workshops, Vernissages, Inauguraciones. Presentaciones Empresarias, Lanzamientos, Concursos, Desfiles de Moda, Conferencias de Prensa, Aniversarios, Presentación de Libros, Conferencias, etc.

### **Planificación de programas de Relaciones Públicas (Práctica profesional 2)**

Planificación: concepto y metodología. Criterios para planificar. Teoría de la decisión. El proceso de la toma de decisión. El presupuesto de Relaciones Públicas. Métodos de asignación presupuestaria. Mapas de proceso. Planificación estratégica de las Relaciones Públicas.

### **Derecho**

Nociones generales del derecho. Principios generales. La Norma Jurídica. Los conceptos jurídicos fundamentales. El Derecho. El derecho objetivo y el derecho subjetivo. El Derecho Positivo. La conducta. Los valores. Fuentes del Derecho. La ley. Métodos de interpretación de la ley. El derecho de y a la información.

### **Medios de comunicación gráficos**

Clasificación de los medios de comunicación gráficos. Diseño gráfico. Producción gráfica. Sistemas de impresión. El diseño editorial. Herramientas básicas del diseño en diarios, revistas, libros y fascículos. Visión perceptual, forma, valor tonal, color, textura, escala, sensibilización del plano. Tipografías. El rol del diseñador gráfico. Nociones de diagramación de medios gráficos. Sistemas de impresión.

### **Relaciones Públicas en organizaciones sin fines de lucro**

Definición de organización sin fin de lucro. Características. Clasificación. Las ONG y sus funciones. Aplicación de las Relaciones Públicas a organizaciones sin fines de lucro. Fund raising (Búsqueda de fondos). Diferencias y similitudes en la gestión de las Relaciones Públicas con respecto a las organizaciones del primer y segundo sector.

### **Metodología de la investigación**

Introducción a la investigación en ciencias sociales. El método científico. El marco teórico. Tipos de diseños de investigación: exploratorio, descriptivo, explicativo. Las hipótesis. Tipos de variables. Indicadores. Instrumentos para la recolección de datos. La encuesta, la entrevista y el focus group. Investigación científica y estadística. El universo y la muestra. Tipos de muestras. Introducción a los métodos cuantitativos, cualitativos y comparados. Análisis e interpretación de datos. Conclusiones y redacción del trabajo. Fuentes, citas y referencias. Documentos de investigación vs. Informes de consultor.

### **Semiología y análisis del discurso**

Aportes de la semiología a la construcción de los discursos publicitarios. Teoría del signo de Saussure. Significado y significante. Relaciones sintagmáticas y relaciones asociativas. La representación. Tríada: ícono, índice, símbolo. Denotación y connotación. Discursos institucionales y su clasificación semiótica. Conceptos de anclaje y relevo. La enunciación. Retórica visual y verbal. Las figuras más frecuentes y su eficacia en la construcción de



significado. Noción de texto y contexto. Análisis de discurso. Método para analizar un discurso periodístico, político y publicitario.

### **Economía y finanzas**

Conceptos fundamentales de micro y macroeconomía. El proceso económico. Producción, distribución y consumo. La teoría clásica de la oferta y la demanda. Principales corrientes económicas. El liberalismo. La teoría marxista. Los organismos internacionales financieros. La globalización. Los debates actuales. Las crisis socioeconómicas argentinas. Concepto de finanzas. Planeamiento financiero. Presupuesto. Tipos. Forma de obtención de utilidades. El riesgo empresarial. Toma de decisiones. Interpretación de estados contables y presupuestos. Comunicación a accionistas e inversores.

### **Medios de comunicación audiovisuales**

Introducción a los medios audiovisuales. Etapas del proceso de producción audiovisual. Roles y funciones. Desde la idea hasta el producto terminado. Idea. Argumento. Tratamiento y guión. El story board y el guión técnico. Lenguaje cinematográfico y lenguaje televisivo. Elementos principales del guión. Diagramación para el cine y para la televisión. Clasificación tipológica de la imagen en movimiento. Producción y diseño de producción. Historia de la radio en Argentina. Proceso de producción de programa radial. El lenguaje radial.

### **Responsabilidad social de las organizaciones**

¿Qué significa ser socialmente responsable? El rol de las organizaciones en la sociedad. La diferencia entre el altruismo, la filantropía y la caridad. Programas de Relaciones Públicas para organizaciones socialmente responsables. El Pacto Mundial de Naciones Unidas. El Global Reporting Initiative (GRI). El balance social. La sustentabilidad. El manual de RSE. La comunicación de las acciones de RSE. La relación entre las organizaciones con fines de lucro y las organizaciones del tercer sector.

### **Gestión de proyectos en Relaciones Públicas (Habilitación Profesional 1)**

La gestión de Relaciones Públicas e Institucionales. Relaciones con los públicos internos y externos. La gestión diferencial de la identidad e imagen empresarial según la tipología de públicos. Segmentación de públicos y diferenciación de estrategias vinculares y de comunicación. Técnicas de segmentación para públicos internos y externos. Mapa de públicos. Gestión de un proyecto de Relaciones Públicas asesorando a una ONG.

### **Investigación en Relaciones Públicas**

La investigación en Relaciones Públicas. La investigación básica y la aplicada. Tipos. Medición y evaluación de las Relaciones Públicas. Conceptos y objetivos de la auditoría de imagen empresarial. Fundamentos conceptuales y metodológicos de las auditorías. Desarrollo e implementación de una auditoría de imagen. Dimensiones a relevar: análisis de la autoimagen, análisis de la situación de la empresa, evaluación de la cultura corporativa, estrategias de recursos humanos, clima interno, análisis de la imagen pública. Diagnóstico de la situación.

**Opinión pública**

Concepto de Opinión Pública. Procesos de formación, consolidación y cambio de creencias. Opiniones, actitudes y comportamiento. Psicología de las masas. Fenómenos de persuasión y facilitación social. Encuestas de Opinión Pública. Taxonomía de las encuestas políticas y de opinión: estudios sobre imagen de candidatos, partidos e instituciones. Estudio sobre resonancia valorativa de acciones gubernamentales.

**Dirección estratégica de las Relaciones Públicas**

Diseño, armado y dirección de un proyecto de asesoramiento en temáticas de Relaciones Públicas. Planificación del proyecto. Revisión y evaluación del proyecto, PERT (Project Evaluation and Review Techniques). Método del Camino crítico, CPM (Critical Path Method). Técnicas de presentación de proyectos al cliente.

**Comunicación en situaciones de crisis (Media training)**

Definición de conflicto potencial (Issue management). Del conflicto potencial a la crisis. Concepto de crisis. Clasificación. Fases de la crisis. El rol del comité de crisis. Las comunicaciones de crisis. Las relaciones con la prensa en situaciones de crisis. El media training. El rol del vocero.

**Asuntos públicos y comunicación política**

La imagen pública de la empresa. Demandas sociales e imagen empresaria. Empresa y opinión pública. Issues preponderantes: responsabilidad social, respeto a los derechos humanos y cuidado del medio ambiente. El marketing filantrópico como estrategia de Posicionamiento institucional. Empresa y factores de poder: relaciones con los medios y el gobierno. Lobbying e imagen empresaria. Concepto de Marketing Político. Semejanzas y diferencias con las Relaciones Públicas gubernamentales.

**Medios de Comunicación digital**

Globalización y RR.PP. Tecnología y RR.PP. La aparición y evolución de las redes sociales. Interacción y colaboración. El hipertexto. Las Relaciones Públicas a través de las redes sociales. El rol del community manager.

**Recursos Humanos**

El área de Recursos Humanos en las organizaciones. Los puestos mono y poli funcionales, nuevas definiciones. La evaluación de tareas y desempeños. Desarrollo personal. Plan de carrera. Política de compensaciones. Plan de comunicación interna. La capacitación permanente y los procesos de mejora continua. Calidad de vida laboral. Relación con el área de Relaciones Públicas.

**Práctica de producción audiovisual**

Práctica de preproducción y producción radial. Diseño de producción de un programa radial. Entrevistas, columnas, secciones. Redacción de noticias en radio. El boletín

informativo. Los programas de interés general. El guión en radio. Producción de comerciales. Realización integral de un programa.

### **Taller de consultoría en Relaciones Públicas (Habilitación Profesional 2)**

Búsqueda del cliente. El IPCE en acción. De la investigación a la planificación, comunicación y evaluación del proyecto. Desarrollo de una campaña integral de relaciones públicas para una Pyme. Presentación del proyecto al cliente.

### **Dinámica de grupos y liderazgo**

Concepto de grupo. Tipos de grupos. Características del grupo. Diferencia entre grupo y equipo. Los equipos de trabajo. Concepto de líder. Clasificación de liderazgo. Líder vs. Jefe. Motivación. Dinámicas de grupo. El team building.

### **Ética y Deontología profesional**

Introducción a la ética. El hombre y los valores éticos. Moral pública y moral privada. La ética en el campo profesional. La deontología profesional. Ética y deontología del Relacionista Público. La calidad de las comunicaciones masivas. El problema de la objetividad y la subjetividad. La imparcialidad. La credibilidad de los medios de comunicación. El rol del relacionista público en la formación de la opinión pública. La libertad de prensa y sus límites. Los códigos de ética en las Relaciones Públicas.

### **Taller de trabajo final de carrera**

Los pasos de la investigación en el trabajo final de carrera. Diseño de preguntas. Abordaje del problema. Construcción del marco teórico. Principales técnicas disponibles – cuanti/cualitativas. Encuestas, entrevistas, estudios de casos, planificación estratégica orientada al diseño del futuro trabajo final. La estructura del trabajo final. Elección del tema y el tutor. La “forma” del trabajo final de carrera.

### **Materias Optativas de Formación Específica (MOFE)**

#### **Comunicaciones de marketing**

Definición de marketing. La estrategia de marketing. La investigación de mercados. El público objetivo. Segmentación. La comunicación como variable de decisión de marketing. Las comunicaciones de marketing integradas. La publicidad, la comunicación directa y las técnicas de promoción. El rol de las Relaciones Públicas en el área de Marketing.

#### **Marketing de Servicios**

Introducción al marketing. La estrategia de marketing. Diferencias y semejanzas entre el marketing de productos y el de servicios. Mix de marketing. Servucción.