



**UNIVERSIDAD NACIONAL
JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN
VICERRECTORADO ACADÉMICO
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES**



DEPARTAMENTO ACADÉMICO DE CIENCIAS SOCIALES Y COMUNICACIÓN

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

SYLLABUS

**MODALIDAD PRESENCIAL
SÍLABO POR COMPETENCIAS
CURSO:
TEORÍA DE LAS RELACIONES PÚBLICAS**

I. DATOS GENERALES

Línea de Carrera	Relaciones Públicas
Semestre Académico	2025 - II
Código del Curso	202
Créditos	04
Horas Semanales	Hrs. Totales: 04
Ciclo	III
Sección	Única
Apellidos y Nombres del Docente	m(o) Juana María Anselmo Arrunátegui
Correo Institucional	janselmo@unjfsc.edu.pe
N° De Celular	934491577



**UNIVERSIDAD NACIONAL
JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN
VICERRECTORADO ACADÉMICO
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES**



DEPARTAMENTO ACADÉMICO DE CIENCIAS SOCIALES Y COMUNICACIÓN

II. SUMILLA Y DESCRIPCIÓN DEL CURSO

IDENTIFICACIÓN	<p>La asignatura corresponde al bloque de formación básica profesional. Esta asignatura es teórica y práctica la cual está dividida en 4 unidades didácticas y está programada para desarrollarse en un total de 16 semanas.</p>
COMPETENCIAS	<p>Se pretende desarrollar en el alumno competencias que le permitirán desarrollar, capacidad de socialización en los alumnos así como brindar una visión panorámica de las relaciones públicas y su quehacer en las organizaciones proporcionando en el alumno la posibilidad del ejercicio práctico como relacionista.</p>
CONTENIDOS	<ol style="list-style-type: none">1. Busca comprender las técnicas de las RELACIONES PÚBLICAS2. Los públicos y sus relaciones con la organización.3. Visión panorámica de las relaciones públicas y su quehacer en las organizaciones.4. Ejercicio práctico de un Relacionista.
PRODUCTO	<p>Concluye con la investigación y aplicación de estrategias con públicos.</p>



**UNIVERSIDAD NACIONAL
JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN
VICERRECTORADO ACADÉMICO
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES**



DEPARTAMENTO ACADÉMICO DE CIENCIAS SOCIALES Y COMUNICACIÓN

III. CAPACIDADES AL FINALIZAR EL CURSO

	CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDACTICA	NOMBRE DE LA UNIDAD DIDACTICA	SEMANAS
UNIDAD I	Ante una problemática real de las organizaciones IDENTIFICA la importancia y las funciones del relacionista público en las instituciones.	MARCO TEÓRICO DE LAS RELACIONES PÚBLICAS	1-4
UNIDAD II	Ante un problema y toma de decisiones investiga los ámbitos de actuación de los profesionales en Relaciones Públicas	Estructura de las instituciones y su relación con las oficinas de RR.PP.	5-8
UNIDAD III	Explica y Resuelve situaciones problemáticas aplicando las diferentes Técnicas de las relaciones públicas	TÉCNICAS EN RELACIONES PÚBLICAS.	9-12
UNIDAD IV	Investiga en forma adecuada el estudio de los públicos y propone la aplicación de estrategias.	Público Interno, Público externo-estrategias	13-16



**UNIVERSIDAD NACIONAL
JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN
VICERRECTORADO ACADÉMICO
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES**



DEPARTAMENTO ACADÉMICO DE CIENCIAS SOCIALES Y COMUNICACIÓN

IV. INDICADORES DE CAPACIDADES AL FINALIZAR EL CURSO.

NÚMERO	INDICADORES DE CAPACIDADES AL FINALIZAR EL CURSO
1	Analiza y establece la función y desempeño de un relacionista público-análisis del mercado laboral en el Perú hoy.
2	Explica con claridad diferentes conceptos de lo que es las relaciones públicas relacionándolo con las entidades de la localidad.
3	Define la estructura de una oficina de relaciones públicas,
4	Identifica las funciones y actividades de las diferentes áreas que comprende una oficina de relaciones públicas- MOF de la oficina de relaciones públicas - evaluación
5	Describe la trayectoria de los principales personajes de la historia de las RR.PP y sus teorías.
6	Fundamenta el plan de actividades anual de la oficina de RR.PP.
7	Explica los principios teóricos de la Epistemología de las RR.PP.
8	Diseña comunicados de prensa, c. de prensa audiovisual, notas de prensa, dossier de prensa virtuales.
9	Aplica videoconferencias.(con la presencia de un especialista)
10	Identifica la realidad sobre la demanda del mercado laboral de un Relacionista público en la actualidad.
11	Ejecuta la realización de una conferencia de prensa
12	Propone una serie de herramientas que se están utilizando en esta coyuntura, como tablon de anuncio virtuales, buzón de sugerencias virtuales, diferentes aplicativos , otros.
13	Identifica los conceptos de públicos en las instituciones. Propone proyectos.
14	Identifica y establece proyectos en RR.PP.
15	Aplica diferentes estrategias para la ejecución de proyectos en relaciones públicas grupo 1, 2,3,4
16	Aplica diferentes estrategias para la ejecución de proyectos en relaciones públicas grupo 5, 6,7 y 8



V. DESARROLLO DE LAS UNIDADES DIDACTICAS:

I Unidad : MARCO TEÓRICO DE LAS RELACIONES PÚBLICAS	CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDÁCTICA I: Ante una problemática real de las organizaciones IDENTIFICAR la importancia y las funciones del relacionista público en las instituciones						
	Semana	Contenidos			Estrategias de enseñanza	Indicadores de logro de la capacidad	
		Conceptual	Procedimental	Actitudinal			
	1	Funciones y desempeño de un Relacionista Público.	Identifica en las instituciones las funciones y desempeño de un relacionista público	Distingue y determina las funciones y desempeño de un Relacionista Público en las instituciones..	Expositiva (Docente/Alumno) Pizarra interactiva Debate dirigido (Discusiones) <ul style="list-style-type: none"> • Foros, Chat Lecturas <ul style="list-style-type: none"> • Uso de repositorios digitales Lluvia de ideas (Saberes previos) <ul style="list-style-type: none"> • Foros, Chat 	Analiza y establece la función y desempeño de un relacionista público-análisis del mercado laboral en la Región y en el Perú.	
	2	Las Relaciones públicas	Analiza lo que dice la teoría sobre las relaciones públicas y las funciones que actualmente desempeñan en las instituciones.	Asume las diferentes conceptos de lo que es las Relaciones públicas en el Perú y en latinoamerica.			Explica con claridad diferentes conceptos de lo que es las relaciones públicas relacionándolo con las entidades de la localidad.
	3	Estructura de una oficina de Relaciones Públicas.	Estructura de acuerdo a la realidad la implementación de una oficina de relaciones públicas.	Acepta y determina las funciones de cada una de las áreas principales de una oficina de relaciones públicas			Define la estructura de una oficina de relaciones públicas
4	Funciones y actividades de las áreas que comprende una oficina de Relaciones Públicas. El MOF DE LA OFICINA DE RR.PP	Resuelve problemas de la organización de acuerdo a los cargos y responsabilidades en una oficina de RR.PP. Establece y elabora el MOF de su oficina de RR.PP	Asume y determina las funciones y actividades por cargos en la oficina de RR.PP. Conoce y compara el MOF de una oficina de RR.PP ESTATALES Y PRIVADAS	Identifica las funciones y actividades de las diferentes áreas que comprende una oficina de relaciones públicas- MOF de la oficina de relaciones públicas - evaluación			
		EVIDENCIA DE CONOCIMIENTOS	EVIDENCIA DE PRODUCTO	EVIDENCIA DE DESEMPEÑO			
		<ul style="list-style-type: none"> • Estudios de Casos • Cuestionarios 	<ul style="list-style-type: none"> • Trabajos individuales y/o grupales • Soluciones a Ejercicios propuestos 	<ul style="list-style-type: none"> • Comportamiento en clase y campo. 			



Unidad didáctica II: Estructura de las instituciones y su relación con las oficinas de RR.PP.	CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDÁCTICA II: Ante un problema y toma de decisiones investiga los ámbitos de actuación de los profesionales en Relaciones Públicas.					
	Semana	Contenidos			Estrategias de enseñanza	Indicadores de logro de la capacidad
		Conceptual	Procedimental	Actitudinal		
	5	Personajes de la Historia de las RR.PP, fundamentos teóricos de las RR.PP	Debate sobre los aportes de personajes que contribuyeron a la historia de las RR.PP	Identifica los principales personajes de la historia de las RR.PP	Expositiva (Docente/Alumno) Uso de PIZARRAS INTERACTIVAS Lecturas: Uso repositorios digitales Lluvia de ideas (saberes previos). Foros, chat. Debate dirigido: (Discusiones) Foros y chat	Describe la trayectoria de los principales personajes de la historia de las RR.PP.
	6	El plan anual de actividades de la oficina de RR.PP	Identifica y establece las actividades anuales establecidas.	Ejecuta y planifica su plan anual como oficina de RR.PP, de acuerdo a la entidad asignada por grupo.		Fundamenta el plan de actividades anual de la oficina de RR.PP.
	7	Epistemología de las RR.PP	Investiga sobre los diferentes planteamientos epistemológicos de las RR.PP	Ejecuta diferentes planteamientos sobre epistemología de RR.PP.		Explica los principios teóricos de la Epistemología de las RR.PP.
	8	Los comunicados de prensa, notas de prensa. Dossier de Prensa	. Elabora comunicados de prensa, notas de prensa, Dossier de prensa, determinado su importancia	. Asume la importancia de los comunicados de prensa, Dossier de prensa , notas de prensa		Diseña comunicados de prensa, c. de prensa audiovisual, notas de prensa, dossier de prensa virtuales.
	EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DIDÁCTICA					
	EVIDENCIA DE CONOCIMIENTOS		EVIDENCIA DE PRODUCTO		EVIDENCIA DE DESEMPEÑO	
	<ul style="list-style-type: none"> • Estudios de Casos <ul style="list-style-type: none"> • Cuestionarios • investigación 		<ul style="list-style-type: none"> • Trabajos individuales y/o grupales <ul style="list-style-type: none"> • Soluciones a Ejercicios propuestos 		<ul style="list-style-type: none"> • Comportamiento en clase y campo 	



CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDÁCTICA III: CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDÁCTICA III: Explica y Resuelve situaciones problemáticas aplicando las diferentes Técnicas de las relaciones públicas					
Semana	Contenidos			Estrategias de enseñanza	Indicadores de logro de la capacidad
	Conceptual	Procedimental	Actitudinal		
9	Las videoconferencias	Planifica la ejecución y aplicación de videoconferencias.	. Participa en la ejecución de una videoconferencia	Expositiva (Docente/Alumno) uso de pizarras interactivas. Debate dirigido (Discusiones) <ul style="list-style-type: none"> • Foros, Chat Lecturas <ul style="list-style-type: none"> • Uso de repositorios digitales Lluvia de ideas (Saberes previos) <ul style="list-style-type: none"> • Foros, Chat 	Aplica videoconferencias.(con la presencia de un especialista
10	Mercado laboral de un Relacionista público.	Compara e investiga la demanda del mercado laboral de un RR.PP	Asume una actitud crítica sobre la situación laboral de las RR.PP en el Perú		Identifica la realidad sobre la demanda del mercado laboral de un Relacionista público, <u>realiza un viaje de investigación a la localidad de Lima..</u>
11	Conferencia de Prensa .	Aplica la estructura de una conferencia de prensa	Colabora en la simulación de una conferencia de prensa		Ejecuta la realización de una conferencia de prensa
12	Herramientas de las RELACIONES PÚBLICA	. Aplica una serie de herramientas, que emplea las Relaciones Públicas	. Selecciona las principales herramientas que utiliza el Relacionista Público.		Propone una serie de herramientas que se están utilizando en esta coyuntura, como tablon de anuncio virtuales, buzón de sugerencias virtuales, diferentes aplicativos , otros
EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DIDÁCTICA					
EVIDENCIA DE CONOCIMIENTOS		EVIDENCIA DE PRODUCTO		EVIDENCIA DE DESEMPEÑO	
<ul style="list-style-type: none"> • Estudios de Casos <ul style="list-style-type: none"> • Cuestionarios • investigación 		<ul style="list-style-type: none"> • Trabajos individuales y/o grupales <ul style="list-style-type: none"> • Soluciones a Ejercicios propuestos 		<ul style="list-style-type: none"> • Comportamiento en clase y campo 	



Unidad Didáctica IV: Público Interno, Público externo- estrategias	CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDÁCTICA IV: Investiga en forma adecuada el estudio de los públicos y propone la aplicación de estrategias.					
	Semana	Contenidos			Estrategias de enseñanza	Indicadores de logro de la capacidad
		Conceptual	Procedimental	Actitudinal		
	13	Los públicos.	Discute sobre los diferentes conceptos que existen de públicos	Identifica en diferentes instituciones y empresas la importancia de los públicos	Expositiva (Docente/Alumno) <ul style="list-style-type: none"> • Uso de pizarras interactivas Debate dirigido (Discusiones) <ul style="list-style-type: none"> • Foros, Chat Lecturas <ul style="list-style-type: none"> • Uso de repositorios digitales Lluvia de ideas (Saberes previos) <ul style="list-style-type: none"> • Foros, ponencias 	Identifica los conceptos de públicos en las instituciones. Propone proyectos.
	14	Proyectos en Relaciones Públicas- Estructura	. Compara diferentes propuestas de proyectos en RR.PP	Asume los conceptos de Proyectos en relaciones Públicas.		Identifica y establece proyectos en RR.PP.
	15	. Proyectos en Relaciones Públicas. Ejecución-1.y 2	Compara la aplicación de estrategias de proyectos en organizaciones públicas y empresas	Ejecuta la aplicación de estrategias de proyectos en organizaciones públicas y empresas.		Aplica diferentes estrategias para la ejecución de proyectos en relaciones públicas grupo 1 y 2
	16	. Proyectos en Relaciones Públicas. Ejecución -3y 4	Compara la aplicación de estrategias de proyectos en organizaciones públicas y empresas	. Aplica una serie de otras herramientas con públicos internos y externos		Aplica diferentes estrategias utilizando herramientas con públicos externos. Grupo 3 y 4
EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DIDÁCTICA						
EVIDENCIA DE CONOCIMIENTOS		EVIDENCIA DE PRODUCTO		EVIDENCIA DE DESEMPEÑO		
<ul style="list-style-type: none"> • Estudios de Casos <ul style="list-style-type: none"> • Cuestionarios 		<ul style="list-style-type: none"> • Trabajos individuales y/o grupales <ul style="list-style-type: none"> • Soluciones a Ejercicios propuestos 		<ul style="list-style-type: none"> • Comportamiento en clase y campo 		



**UNIVERSIDAD NACIONAL
JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN
VICERRECTORADO ACADÉMICO
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES**



DEPARTAMENTO ACADÉMICO DE CIENCIAS SOCIALES Y COMUNICACIÓN

VI. MATERIALES EDUCATIVOS Y OTROS RECURSOS DIDÁCTICOS

Se utilizarán todos los materiales y recursos requeridos de acuerdo a la naturaleza de los temas programados. Básicamente serán:

**1. MEDIOS Y PLATAFORMAS
VIRTUALES**

- Casos prácticos
- Pizarra interactiva
- Repositorios de datos

2. MEDIOS INFORMATICOS:

- Computadora
- Tablet
- Celulares
- Internet.



VII. EVALUACIÓN

La Evaluación es inherente al proceso de enseñanza aprendizaje y será continua y permanente. Los criterios de evaluación son de conocimiento, de desempeño y de producto.

1. Evidencias de Conocimiento.

La Evaluación será a través de pruebas escritas y orales para el análisis y autoevaluación. En cuanto al primer caso, medir la competencia a nivel interpretativo, argumentativo y propositivo, para ello debemos ver como identifica (describe, ejemplifica, relaciona, reconoce, explica, etc.); y la forma en que argumenta (plantea una afirmación, describe las refutaciones en contra de dicha afirmación, expone sus argumentos contra las refutaciones y llega a conclusiones) y la forma en que propone a través de establecer estrategias, valoraciones, generalizaciones, formulación de hipótesis, respuesta a situaciones, etc.

En cuanto a la autoevaluación permite que el estudiante reconozca sus debilidades y fortalezas para corregir o mejorar.

Las evaluaciones de este nivel serán de respuestas simples y otras con preguntas abiertas para su argumentación.

2. Evidencia de Desempeño.

Esta evidencia pone en acción recursos cognitivos, recursos procedimentales y recursos afectivos; todo ello en una integración que evidencia un saber hacer reflexivo; en tanto, se puede verbalizar lo que se hace, fundamentar teóricamente la práctica y evidenciar un pensamiento estratégico, dado en la observación en torno a cómo se actúa en situaciones impredecibles.

La evaluación de desempeño se evalúa ponderando como el estudiante se hace investigador aplicando los procedimientos y técnicas en el desarrollo de las clases a través de su asistencia y participación asertiva.

3. Evidencia de Producto.

Están implicadas en las finalidades de la competencia, por tanto, no es simplemente la entrega del producto, sino que tiene que ver con el campo de acción y los requerimientos del contexto de aplicación.

La evaluación de producto de evidencia en la entrega oportuna de sus trabajos parciales y el trabajo final.

Además, se tendrá en cuenta la asistencia como componente del desempeño, el 30% de inasistencia inhabilita el derecho a la evaluación.

VARIABLES	PONDERACIONES	UNIDADES DIDÁCTICAS DENOMINADAS MÓDULOS
Evaluación de Conocimiento	30 %	El ciclo académico comprende 4
Evaluación de Producto	35%	
Evaluación de Desempeño	35 %	

Siendo el promedio final (PF), el promedio simple de los promedios ponderados de cada módulo (PM1, PM2, PM3, PM4)

$$PF = \frac{PM1 + PM2 + PM3 + PM4}{4}$$



VIII. BIBLIOGRAFÍA Y REFERENCIAS WEB

8.1 Fuentes bibliográficas

UNIDAD DIDACTICA I:

Gruning, J., Hunt, T. (2002) *Dirección de Relaciones Públicas*,
Editorial Mc Graw Hill. México

Adecec, (1997) *El libro práctico de la Comunicación y las Relaciones Públicas*, Ed. Folio.

Cutlip, Scott M. y Center Allen H., (2001) *Relaciones Públicas Eficaces*, Ed. Gestión

Barquero, J.D., (1999) *Manual de Relaciones Públicas Empresariales e Institucionales*, Ediciones
Gestión 2000, Barcelona.

UNIDAD DIDACTICA II:

Grunig, J.E. y Hunt, T., (2000) *Dirección de Relaciones Públicas*, Ediciones Gestión 2000, Barcelona,

Marston, J. (1990) *Relaciones Públicas Modernas*. Editorial McGraw Hill

Wilcox, D., (2001) *La Buena reputación*. Claves del valor intangible de las empresas.

UNIDAD DIDACTICA III:

Boiry, P.A., (1998) *Relaciones Públicas o la estrategia confianza*, Ediciones Gestión. Barcelona.
Manual. *Relaciones Públicas la eficacia de la influencia*

Orduña. (2000) Orduña Editorial: www.esic.es

UNIDAD DIDACTICA IV:

Barbosa Lima, A. y Rey Lennon, F. (2009).

La Web 2.0: el nuevo espacio público. En Cuaderno 28.

Relaciones Públicas 2009. Radiografía: proyecciones y desafíos.

Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación (ensayos). Buenos Aires: Facultad de Diseño
y Comunicación-Universidad de Palermo.

Bernays, E. (1958). *Public Relations Idea Book*. USA: Printers Ink Pub. Co.

Capriotti, P. (2009). *Branding Corporativo*. Santiago de Chile: Colección Libros de la Empresa.
Planificación estratégica de la imagen corporativa. Barcelona.

Ariel. Costa, J. (2009). *El DirCom hoy*. Dirección y Gestión de la Comunicación en la nueva economía.
Barcelona. Costa PuntoCom Editor. Rey

Lennon, F. (1999) *Edward Bernays. El hombre que inventó las relaciones públicas*. Buenos Aires:
EDUCA.



**UNIVERSIDAD NACIONAL
JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN
VICERRECTORADO ACADÉMICO
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES**



DEPARTAMENTO ACADÉMICO DE CIENCIAS SOCIALES Y COMUNICACIÓN

8.2 Fuentes electrónicas:

<http://reader.digitalbooks.pro/book/preview/29058/w10aab5>

https://www.uma.es/media/files/libropr_1.pdf

<https://relacionespublicas.pe/2016/03/11/definicionderrpp/>

<https://prezi.com/chhjqlvwrku/estructura-y-funcion-del-departamento-de-las-relaciones-publicas-propias-en-la-organizacion/>

[https://www.peru.gob.pe/docs/PLANES/13019/PLAN_13019_Proyecto%20MOF%202010%20-](https://www.peru.gob.pe/docs/PLANES/13019/PLAN_13019_Proyecto%20MOF%202010%20-%206ta.%20DIEMCFFAA_2010.pdf)

[%206ta.%20DIEMCFFAA_2010.pdf](https://www.peru.gob.pe/docs/PLANES/13019/PLAN_13019_Proyecto%20MOF%202010%20-%206ta.%20DIEMCFFAA_2010.pdf)

Huacho, 08 de agosto del 2025

M(a) Juana Anselmo Arrunátegui