

# Relaciones Públicas: Pieza Vital de las Empresas



Mes. Año

## Índice

Fundamentación.....	2
Objetivos .....	3
Objetivo general.....	3
Objetivos particulares .....	3
Vinculación con la Agenda 2030.....	3
Producto Final / Evidencias .....	4
Dosificación.....	4
Recursos .....	8
Fuentes de Información.....	8
Imagen para la difusión .....	9

## Fundamentación

La idea de la creación del Taller de Relaciones Públicas, nace de la importancia que cada día les dan las empresas al departamento de Relaciones Públicas, para manejar la imagen de la Empresa, tanto interna como externa.

Las grandes empresas cuidan mucho la cultura organizacional, tanto entre sus empleados como la imagen que proyectan hacia el público en general, así como a los clientes (mercado target).

En el Marketing Político, se invierten millones de dólares en campañas de Relaciones Públicas (imagen), ya que sin una buena estrategia, la campaña estará destinada al fracaso. Se trata de fomentar la curiosidad sobre esta materia, las Relaciones Públicas y se adentren mucho más en cómo funciona esta oficina.

Los estudiantes de Ciencias de la Comunicación, Mercadotecnia, Administración de Empresas, Contaduría, Relaciones Internacionales... y casi para cualquier profesión, el manejo de las relaciones públicas resulta vital, inclusive en la política (abogados). Es difícil concebir una empresa, así un departamento de Relaciones Públicas, desde su nacimiento, la creación del logotipo que representará su Misión Visión y Estrategia, escogiendo no sólo el diseño sino los colores adecuados a la imagen que se quiere proyectar.

El taller se relaciona con la asignatura de Relaciones Públicas de las diferentes licenciaturas, donde se ve algo muy general; el taller se enfocará en la creación y funcionamiento de un departamento de Relaciones Públicas en una empresa. El taller se vinculará en una gran cantidad de materias: creación, diseño y mantenimiento de páginas Web; estrategia y manejo de redes sociales; manejo de medios tradicionales; creación de una imagen corporativa (misión, visión y valores); auditorías de imagen tanto interna como externa...

El taller permitirá a los estudiantes desarrollar su creatividad, al diseñar una imagen corporativa y el aprendizaje, dominio y manejo de las Relaciones Públicas de una empresa. Los estudiantes aprenderán una importancia no sólo de la imagen de una empresa, sino de la personal y la forma en que se tiene que cuidar, ya que es el acervo más grande que tiene el ser humano.

En cuanto a la agenda 2030 de la ONU, entre algunos objetivos se liga más con el Ocho y Nueve; el primero promueve el trabajo decente y el crecimiento económico y el segundo tiene que ver con la Industria, Innovación e Infraestructura.

El Objetivo 8 pretende promover el crecimiento económico inclusivo y sostenible, el empleo y el trabajo decente para todos.

El Objetivo 9 pretende construir infraestructuras resilientes, promover la industrialización sostenible y fomentar la innovación.

Aldo Preciado

## Objetivos

### Objetivo general

Los estudiantes analizarán las relaciones públicas (RP) en el contexto empresarial, desarrollando habilidades prácticas en la creación de estrategias de RP, y aprender a manejar la comunicación de una empresa con sus públicos clave.

### Objetivos particulares

- Los estudiantes diseñarán e implementarán planes de relaciones públicas efectivos, midiendo su impacto, así como gestionando la imagen y reputación corporativa.
- Los estudiantes diseñarán una experiencia integral en relaciones públicas empresariales, combinando la teoría con la práctica preparándolos para enfrentar los desafíos reales en su futura carrera profesional.

### Vinculación con la Agenda 2030

Entre algunos de la Agenda 2030, el taller se vincula más con los objetivos Ocho y Nueve; el primero promueve el trabajo decente y el crecimiento económico y el segundo tiene que ver con la Industria, Innovación e Infraestructura.

El Objetivo Ocho pretende promover el crecimiento económico inclusivo y sostenible, el empleo y el trabajo decente para todos.

El Objetivo Nueve pretende construir infraestructuras resilientes, promover la industrialización sostenible y fomentar la innovación.

## Producto Final / Evidencias

Se tendrán sesiones de trabajo en equipo: Los estudiantes tendrán tiempo en clase para trabajar en sus proyectos, con orientación y retroalimentación continua del instructor.

Revisión y retroalimentación: Los equipos presentarán avances periódicos, y recibirán retroalimentación para mejorar sus propuestas.

Presentación y defensa: En la última sesión, cada equipo presentará su proyecto ante el grupo y defenderá sus decisiones estratégicas.

## Dosificación

### **Sesión 1. Introducción a las Relaciones Públicas** Septiembre 6

*Objetivo particular:* Introducir a los estudiantes al concepto de relaciones públicas y su importancia en el contexto empresarial.

*Temas:*

- Definición y evolución de las relaciones públicas.
- Diferencia entre relaciones públicas, marketing y publicidad.
- Rol de las relaciones públicas en las empresas.
- Ejemplos de casos exitosos y fallidos en RP empresarial.

*Estrategias:*

*Debate sobre la percepción de las RP en las empresas. Ejercicio de análisis de un caso real de crisis de relaciones públicas.*

### **Sesión 2. El Entorno de las Relaciones Públicas** Septiembre 13

*Objetivo particular:* Entender el entorno en el que operan las relaciones públicas y su interacción con otros departamentos de la empresa.

*Temas:*

- Públicos internos y externos.
- La interrelación entre RP, recursos humanos y gestión de crisis.
- Ética en las relaciones públicas.

*Estrategias:* Mapeo de públicos clave para una empresa hipotética y discusión sobre sus necesidades e intereses.

### **Sesión 3. Investigación en Relaciones Públicas** Septiembre 20

*Objetivo particular:* Presentar la importancia de la investigación y el análisis para el desarrollo de estrategias de RP.

*Temas:*

Tipos de investigación en RP: cualitativa y cuantitativa.  
Métodos de recopilación de datos (encuestas, entrevistas, análisis de medios).  
Interpretación de resultados y su aplicación.

*Estrategias: Ejercicio de diseño de una encuesta para una campaña de RP.*

**Sesión 4. Planificación Estratégica en Relaciones Públicas** Septiembre 27

*Objetivo particular:* Enseñar a los estudiantes a planificar estrategias de relaciones públicas efectivas.

*Temas:*

Componentes de un plan estratégico de RP.  
Establecimiento de objetivos medibles.  
Desarrollo de estrategias y tácticas.

*Estrategias: Taller de creación de un plan estratégico de RP para una empresa ficticia.*

**Sesión 5. Redacción para Relaciones Públicas** Octubre 4

*Objetivo particular:* Desarrollar habilidades de redacción orientadas a RP.

*Temas:*

Principios de redacción en RP: claridad, concisión y coherencia.  
Redacción de comunicados de prensa, artículos y discursos.  
Estilo y tono adecuado para diferentes públicos y medios.

*Estrategias: Redacción de un comunicado de prensa sobre un evento corporativo.*

**Sesión 6. Medios de Comunicación y Relaciones Públicas** Octubre 11

*Objetivo particular:* Comprender la relación entre RP y los medios de comunicación.

Contenido:

*Temas:*

Tipos de medios: tradicionales y digitales.  
Cómo captar la atención de los medios.  
La importancia de las relaciones con los periodistas.

*Estrategias: Ejercicio práctico de contacto con medios para promocionar un producto o evento.*

**Sesión 7. Comunicación Digital y Redes Sociales** Octubre 18

*Objetivo particular:* Explorar el papel de las redes sociales en las estrategias de RP.

*Temas:*

Plataformas digitales y su uso en RP.

Creación de contenido digital y gestión de redes sociales.

Monitoreo de la reputación online.

*Estrategias:* Diseño de una campaña de redes sociales para una empresa ficticia.

### **Sesión 8. Gestión de Crisis**

Octubre 25

*Objetivo particular:* Preparar a los estudiantes para manejar situaciones de crisis en RP.

*Temas:*

Tipos de crisis corporativas.

Desarrollo de un plan de gestión de crisis.

Comunicación durante y después de una crisis.

*Estrategias:* Simulación de una crisis de RP y manejo de la misma.

### **Sesión 9. Responsabilidad Social Corporativa (RSC) y Relaciones Públicas**

Noviembre 1

*Objetivo particular:* Analizar la relación entre la RSC y las estrategias de RP.

*Temas:*

Definición de RSC y su importancia.

Integración de la RSC en las estrategias de RP.

Casos de estudio de empresas con programas de RSC exitosos.

*Estrategias:* Diseño de un programa de RSC para una empresa hipotética.

### **Sesión 10. Medición y Evaluación en Relaciones Públicas**

Noviembre 8

*Objetivo particular:* Enseñar a medir y evaluar la efectividad de las campañas de RP.

*Temas:*

Indicadores clave de rendimiento (KPIs) en RP.

Técnicas de medición y herramientas de análisis.

Interpretación de resultados y ajustes de estrategia

*Estrategias:* Ejercicio de análisis de una campaña de RP real y propuesta de mejoras.

### **Sesión 11. Relaciones Públicas Internacionales**

Noviembre 15

*Objetivo particular:* Entender las diferencias en la práctica de RP en diferentes contextos culturales.

*Temas:*

Desafíos de la comunicación global.

Adaptación de estrategias de RP a diferentes culturas.

Casos de éxito en RP internacional.

*Estrategias:* Desarrollo de una estrategia de RP para el lanzamiento de un producto en un mercado internacional.

## **Sesión 12. Eventos y Patrocinios en Relaciones Públicas** Noviembre 22

*Objetivo particular:* Explorar la organización de eventos y patrocinios como herramientas de RP.

*Temas:*

Tipos de eventos y su planificación.

Estrategias de patrocinio y colaboraciones.

Evaluación del impacto de eventos y patrocinios.

*Estrategias:* Diseño de un evento corporativo y propuesta de patrocinios.

## **Sesión 13. Innovación y Tendencias en Relaciones Públicas** Noviembre 29

*Objetivo particular:* Mantener a los estudiantes actualizados sobre las tendencias actuales y futuras en RP.

*Temas:*

Impacto de la tecnología en RP.

Relaciones públicas en la era del marketing de influencers.

Realidad virtual y aumentada en RP.

*Estrategias:* Investigación y presentación sobre una tendencia emergente en RP.

## **Sesión 14. Presentación Final de Proyectos** Diciembre 6

*Objetivo particular:* Evaluar la comprensión y aplicación de los conocimientos adquiridos durante el taller.

*Temas:*

Presentación de proyectos finales de RP por parte de los estudiantes.

Retroalimentación y evaluación de proyectos.

Conclusiones y entrega de diplomas.

*Estrategias:* Presentación y discusión de los proyectos finales ante un panel de evaluación.



## **Recursos**

Acceso a internet y computadoras para investigación y actividades en línea.

Lecturas complementarias y casos de estudio proporcionados por el instructor.

Herramientas de software para monitoreo de medios y análisis de datos.

## **Fuentes de Información**

FajardoG./ Flórez N. (2016),

Libro Electrónico Relaciones públicas y comunicación organizacional . Ejes de la Comunicación. “Guías de conceptos y saberes” . (Libro Electrónico)

[https://www.utadeo.edu.co/files/node/publication/field\\_attached\\_file/pdf-relaciones\\_publicas\\_-\\_web-16\\_0.pdf](https://www.utadeo.edu.co/files/node/publication/field_attached_file/pdf-relaciones_publicas_-_web-16_0.pdf)

Campos Mónica (2017) Relaciones Públicas (Libro Electrónico)

<https://core.ac.uk/download/pdf/326424826.pdf>

Grunig, J. E., & Hunt, T. (1984). Managing Public Relations. Holt, Rinehart, and Winston.

Wilcox, D. L., Cameron, G. T., Reber, B. H., & Shin, J. H. (2013). Public Relations: Strategies and Tactics (11th ed.). Pearson.

Smith, R. D. (2020). Strategic Planning for Public Relations (5th ed.). Routledge.

## Imagen para la difusión

A photograph of a business meeting in a modern office. A man in a dark blue suit and tie sits at a table, looking towards the camera. A woman in a light blue top sits next to him, looking at a document. Another person's hands are visible in the foreground, writing on a document. The table is covered with various documents and a tablet. In the background, there is a large screen displaying a business chart.

The UAL logo is positioned in the top left corner of the flyer. It consists of the text 'UNIVERSIDAD AMÉRICA LATINA' above the large, bold letters 'UAL', with a stylized map of the Americas to the right.

### Relaciones Públicas: Pieza Vital en las Empresas

Taller Impartido por;  
Mtro. Aldo Preciado  
“Incrementa tu CV con este taller  
de capacitación”

Plantel : Campus UAL  
Horarios: Matutino y  
Nocturno