

MINISTERIO DE EDUCACION PUBLICA
Consejo Nacional de Enseñanza Superior
Universitaria Privada

No. 280-91-CONESUP
San José, 26 de setiembre 1991

Master
Maria Lorena Madrigal R., Rectora
Universidad Latina de Costa Rica
Fax: 33-94-20

Estimado señor:

Me permito transcribirle el artículo quinto de la sesión No. 182-91, celebrada el día 11 de setiembre de 1991.

"Se conoce solicitud de la Universidad Latina de Costa Rica para cambiar el nombre del título de "Bachillerato y Licenciatura en Relaciones Públicas" por el de "Bachiller o Licenciado en Ciencias de la Comunicación Colectiva con énfasis en Relaciones Públicas".

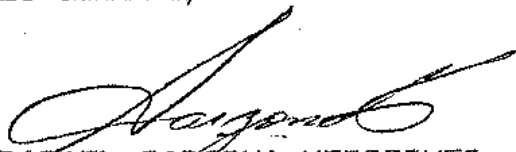
Se lee oficio DPES No. 557-91-A firmado por el señor José Andrés Masís B., Director de la Oficina de Planificación de la Educación Superior, sobre el asunto en cuestión. Al respecto, la División Académica de esa Oficina opina que el cambio de nombre solicitado procede.

Además, se conoce oficio JDCF-P-281 firmado por el señor Ricardo González Camacho, Presidente de Periodistas de Costa Rica, a quien se le consultó sobre la petición antedicha.

Respecto de lo anterior, el Consejo ACUERDA:

Aceptar a la Universidad Latina de Costa Rica el cambio de nombre solicitado de manera que, de ahora en adelante, la carrera de "Relaciones Públicas" se llame "Ciencias de la Comunicación Colectiva con énfasis en Relaciones Públicas" (en los grados de Bachillerato y Licenciatura)"

Le saluda,



RAFAEL GARZÓN MESSEGUER
Secretario General
CONESUP



COLEGIO DE PERIODISTAS DE COSTA RICA

Teléfonos 33-58-50 / 21-54-43 / 21-51-19
Apartado 5416-1000 Facsímil 23-8669
San José, Costa Rica

SAN JOSE, 16 de julio de 1991
JDCP-P-281

CONESUP	
Recibido	<i>Ronald S. C.</i>
Fecha:	18 JUL 1991
Hora	12 ⁰⁰ p.m.

SEÑOR
RAFAEL GARZONA MESEGUER
SECRETARIO GENERAL
CONESUP
S.O.

Estimado don Rafael:

En relación con su nota fechada 28 de junio de este año, por la que pone en conocimiento de esta corporación la solicitud para cambiar la nomenclatura del título de Bachillerato y Licenciatura en Relaciones Públicas de la Universidad Latina de Costa Rica, debo manifestarle lo siguiente:

- 1) El Colegio de Periodistas de Costa Rica es una entidad de interés público corporativo, con claras directrices de su actividad dentro de la Ley Orgánica que la rige.
- 2) En tal sentido, esta corporación profesional no es de carácter académico.
- 3) Por tal razón, la solicitud de cambio de nombre de un título, pareciera que es competencia de las entidades que rigen, tanto los programas de estudio, como los títulos que como consecuencia de su debida aprobación se otorguen.
- 4) Sin embargo, deseo aclararle, a raíz de esta petición de la Universidad Latina de Costa Rica, que en nuestro concepto, los títulos no son causa, sino consecuencia de una estructuración educativa seria. La culminación de esos estudios producirá, entonces, el título que las entidades técnicas que regulan lo referente a materia tan calificada, como lo es la enseñanza superior, hayan determinado de previo al inicio y aprobación de una carrera, y que correspondan a un programa que verdaderamente prepare al profesional en la diversas ramas del saber.



COLEGIO DE PERIODISTAS DE COSTA RICA

Teléfonos 33-58-50 / 21-54-43 / 21-51-19
Apartado 5416-1000 Facsímil 23-8669
San José, Costa Rica

Sr. Rafael Garzona Meseguer

-2-

17 julio 1991

Por lo anterior, dejamos planteado, en lo que correspon-
da, el comentario que nos merece esa particular solicitud de
esa Universidad.

Atentamente,

RICARDO GONZALEZ CAMACHO
PRESIDENTE JUNTA DIRECTIVA
COLEGIO DE PERIODISTAS DE C.R.



PRESIDENTE

cc: Federación de Colegios Profesionales de Costa Rica
Dirección Esc. Ciencias de la Comunicación Colectiva
Asociación de Estudiantes de la Escuela de Ciencias de
la Comunicación Colectiva.
archivo
consecutivo



CONSEJO NACIONAL DE RECTORES

OFICINA DE PLANIFICACION DE LA EDUCACION SUPERIOR

APARTADO 374, SAN PEDRO DE MONTES DE OCA

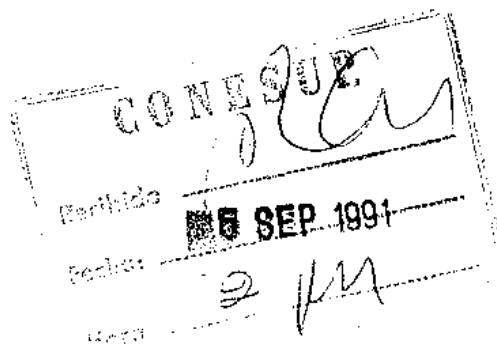
TELEFONO 24-30-66 - FAX (506)34-0374

SAN JOSE, COSTA RICA.

12 de agosto de 1991.

OPES Nº 557-91-A

Señor
Rafael Garzona Messeguer
Secretario General
CONESUP
S.O.



Estimado señor:

Me refiero a su oficio Nº 148-91-CONESUP, en el cual se solicita el cambio de nombre a la carrera de "Relaciones Públicas", ofrecida por la Universidad Latina de Costa Rica (UNILAT) a "Ciencias de la Comunicación Colectiva con énfasis en Relaciones Públicas".

La División Académica de la OPES analizó el plan de estudios aportado por la UNILAT; se observó que la mayoría de los cursos corresponden al énfasis de Relaciones Públicas de la carrera de Ciencias de la Comunicación Colectiva, por tal motivo se opina que el cambio de nombre solicitado procede.

Lo saluda cordialmente.


José Andrés Masís Bermúdez
Director OPES

JAMB/jvc

c.c: M.B.A. Arturo Jofré Vartanian. Presidente CONARE
M.B.A. Minor Martín. Jefe División Académica. OPES
Archivo.

MINISTERIO DE EDUCACION PUBLICA
Consejo Nacional de Enseñanza Superior
Universidad Privada
San José, Costa Rica

No. 147-91-CONESUP

28 de junio de 1991

Señor
Br. Ricardo González Camacho
Presidente, Colegio de Periodistas
Presente

Estimado Señor:

Con el fin de que se manifiesten, en el término de 5 días hábiles, a partir de la fecha de recepción de este oficio, me permito trasladarle copia de la petición que hace la Universidad Latina de Costa Rica (UNILAT), para poder cambiar el nombre del título de "Bachillerato y la Licenciatura en Relaciones Públicas" por "Bachillerato o Licenciado en Ciencias de la Comunicación Colectiva con énfasis en Relaciones Públicas".

Atentamente,

CONESUP

RAFAEL BARRONA MESSEROUER
Secretario General
CONESUP

Marce

Anexo: uno

MINISTERIO DE EDUCACION PUBLICA
Consejo Nacional de Enseñanza Superior
Universitaria Privada
San José, Costa Rica

No. 148-91-CONESUP

28 de junio de 1991

Señor
José Andrés Masís B., M.Sc.
Secretario Ejecutivo, DPES
S. D.

Estimado señor:

Con el ruego de que se manifiesten sobre el asunto en cuestión, le traslado copia de la solicitud hecha por la Universidad Latina de Costa Rica (UNILAT), para que se le autorice cambiar el nombre del título de "Bachillerato y Licenciatura en Relaciones Públicas" por el de "Bachiller o Licenciado en Ciencias de la Comunicación Colectiva con énfasis en Relaciones Públicas".

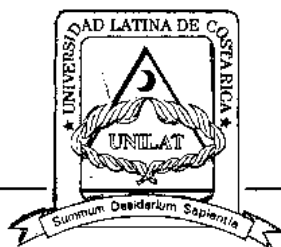
Lo saluda,

CONESUP

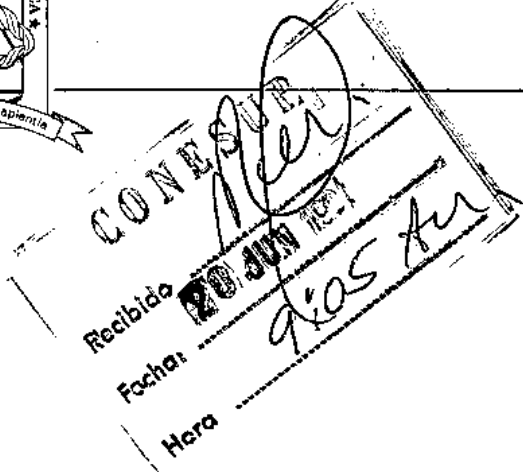
RAFAEL GARZONA MESSEGUER
Secretario General

merce

Anexo: Uno



UNIVERSIDAD LATINA de Costa Rica
Collegium Latinum



17 de junio de 1991

Señor
Rafael Barzona Messenguer
Secretario General
Consejo Nacional de Educación
Superior Universitaria Privada
Presente

Estimado Secretario General:

Después de saludarlo muy cordialmente solicito, respetuosamente, la interposición de sus buenos oficios con el propósito de que, por su medio, el CONESUP autorice a la Universidad Latina de Costa Rica a cambiar el nombre del título de Bachiller y Licenciatura en Relaciones Públicas por el de Bachiller o Licenciado en Ciencias de la Comunicación Colectiva con énfasis en relaciones públicas.

La presente solicitud obedece a que dicha denominación está más ajustada a la realidad curricular de dicha carrera, así como a los conceptos técnicos de la misma.

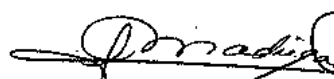
En efecto, como es sabido las relaciones públicas constituyen una rama o especialidad de las ciencias de la comunicación colectiva, como lo es, igualmente, la publicidad y el periodismo.

Por tanto, la forma correcta desde el punto de vista técnico, de guardar esta congruencia consiste en que en lo sucesivo esta Universidad cambie el nombre del título en la forma indicada.

No omito manifestar a usted que la organización y concepción de la Escuela de Ciencias de la Educación Colectiva de la Universidad de Costa Rica responde a estos postulados.

Me es grato suscribirme,

Atentamente,


Ma. Lorena Madrid, M.Sc.
RECTORA


MINISTERIO DE EDUCACIÓN PÚBLICA
Consejo Nacional de Enseñanza Superior
Universitaria
San José, C.R.
CONESUP

No. 2 de mayo de 1990

Dr. Antonio Fallas B., Rector
Universidad Latina de Costa Rica
San José

Estimado señor:

Atentamente, me permito transcribir el artículo tercero de la sesión No. 160-90 del 28 de los corrientes

"El consejo conoce la solicitud de aprobación sobre las modificaciones que se darán a los planes y programas de las carreras: Economía, Relaciones Públicas, Relaciones Internacionales, Educación Preescolar, Administración de Negocios presentada por la Universidad Latina de Costa Rica (UNILAT).

Previo a resolver, el CONESUP consultó a la Oficina de Planificación de la Educación Superior, la cual en el oficio No. 649-90-A nos transmite las observaciones de la División Académica, que a la letra dice:

"Las carreras citadas formaban parte de las carrera que impartía el Colegio Latinum cuando estaba afiliado a la UACA. Dichas carreras quedaron autorizadas automáticamente cuando se promulgó la Ley 6693 -Transitorio II-. Cuando el CONESUP las autorizó nuevamente para que las impartiera la UNILAT, también quedaron aprobados los planes de estudio tal y como estaban (con excepción del correspondiente Bachillerato en Relaciones Internacionales que fue aprobado el 29 de noviembre de 1989, con ratificación del 10 de enero de 1990), es por ello que algunos de los bachilleratos presentados tienen 6 cuatrimestres de duración y constan de 24 ó 25 cursos; a saber: Administración de Negocios; Relaciones Públicas y Educación Preescolar. Con los cambios propuestos por la UNILAT todos los bachilleratos mencionados en el primer párrafo quedarían con 8 cuatrimestres de duración, constarían de 29 cursos incluyendo un seminario de investigación de 8 créditos para totalizar 120 créditos cada uno de ellos, cumpliendo así como el mínimo de créditos establecido en el artículo 33 del Reglamento del CONESUP.

Señor
Dr. Marco Antonio Fallas B.
27 de setiembre del 1990
Pág. 2

Con los cambios propuestos en el nivel de Licenciatura en Economía, ésta tendría 3 cuatrimestres de duración y constaría de 9 cursos -incluyendo un seminario de investigación- adicionales al bachillerato. El plan completo de licenciatura tendría 160 créditos CONESUP, con lo cual se ubicaría dentro del rango que el CONARE tiene establecido para las carreras que se imparten en las universidades estatales con dicho nivel académico.

Los programas de las nuevas materias de cada plan de estudios vienen con su respectivo objetivo, contenido temático, bibliografía, sistema de evaluación y profesor que la impartirá.

En resumen, la UNILAT cumple con los requerimientos para que se le autoricen las modificaciones planteadas en los planes de estudios de las carreras mencionadas en el primer párrafo."

Con base en lo anterior, este Consejo ACUERDA EN FIRME, por unanimidad:

Aprobar a la Universidad Latina de Costa Rica, la solicitud de modificar los planes y programas de las carreras siguientes:

- Bachillerato en Administración de Negocios
- Bachillerato en Relaciones Públicas
- Bachillerato en Ciencias de la Educación Preescolar
- Bachillerato en Relaciones Internacionales
- Bachillerato y Licenciatura en Economía
- Bachillerato en Publicidad."

Sin otro particular, lo saluda,

CONESUP

RAFAEL GARZONA MESSEGUER
Secretario General

merce



CONSEJO NACIONAL DE RECTORES

OFICINA DE PLANIFICACION DE LA EDUCACION SUPERIOR
APARTADO 374, SAN PEDRO DE MONTES DE OCA
SAN JOSE, COSTA RICA — TELEFONO: 24-30-66

13 de setiembre de 1990
OPES N0649-90-A

Señor
Prof. Rafael Garzona Messeguer
Secretario General
CONESUP
S. O.

CONESUP	
Recibido	<i>Rafael P. Messeguer</i>
Fecha:	13-SEP-1990
Hora	<i>10:30 a.m.</i>

Estimado señor:

En referencia a su oficio N0229-90-CONESUP en que se solicita el criterio técnico de la OPES sobre modificaciones de planes y programas de las siguientes carreras de la Universidad Latina de Costa Rica (UNILAT): Bachillerato en Administración de Negocios; Bachillerato en Relaciones Públicas; Bachillerato en Ciencias de la Educación Preescolar; Bachillerato en Relaciones Internacionales; Bachillerato y Licenciatura en Economía y Bachillerato en Publicidad —que el CONESUP le había autorizado a esta universidad el 27 de mayo de 1990, según Acta N0151-90—, me permito comunicarle las observaciones a que llegó la División Académica de esta oficina:

- Las carreras citadas formaban parte de las carreras que impartía el Colegio Latinum cuando estaba afiliado a la UACA. Dichas carreras quedaron autorizadas automáticamente cuando se promulgó la Ley 6693 -Transitorio II-. Cuando el CONESUP las autorizó nuevamente para que las impartiera la UNILAT, también quedaron aprobados los planes de estudio tal y como estaban (con excepción del correspondiente al Bachillerato en Relaciones Internacionales que fue aprobado el 29 de noviembre de 1989, con ratificación del 10 de enero de 1990), es por ello que algunos de los bachilleratos presentados tienen 6 cuatrimestres de duración y constan de 24 ó 25 cursos; a saber: Administración de Negocios; Relaciones Públicas y Educación Preescolar. Con los cambios propuestos por la UNILAT todos los bachilleratos mencionados en el primer párrafo quedarían con 8 cuatrimestres de duración, constarían de 29 cursos incluyendo un seminario de investigación de 8 créditos para totalizar 120 créditos cada uno de ellos, cumpliendo así con el mínimo de créditos establecido en el artículo 33 del Reglamento del CONESUP.

Página 2

Prof. Rafael Garzona M.

13 de setiembre 1990

- . Con los cambios propuestos en el nivel de Licenciatura en Economía, ésta tendría 3 cuatrimestres de duración y constaría de 9 cursos -incluyendo un seminario de investigación- adicionales al bachillerato. El plan completo de licenciatura tendría 160 créditos CONESUP, con lo cual se ubicaría dentro del rango que el CONARE tiene establecido para las carreras que se imparten en las universidades estatales con dicho nivel académico.
- . Los programas de las nuevas materias de cada plan de estudios vienen con su respectivo objetivo, contenido temático, bibliografía, sistema de evaluación y profesor que la impartirá.

En resumen, la UNILAT cumple con los requerimientos para que se le autoricen las modificaciones planteadas en los planes de estudios de las carreras mencionadas en el primer párrafo.

Le saluda atentamente,


José Andrés Masís Bermúdez
Director OPES

c.c. Dr. Luis Garita Bonilla, Presidente CONARE
M.B.A. Minor Martin G., Jefe División Académica
Archivo

MINISTERIO DE EDUCACION PUBLICA
Consejo Nacional de Enseñanza Superior
Universitaria Privada
San José, Costa Rica

No. 229-90-CONESUP

31 de agosto de 1990.

Señor

José Andrés Masís B., M.Sc.

Director Ejecutivo, OPES

PRESENTE.

Estimado señor:

Para que emita sus criterios técnicos sobre este particular, me permito enviarles las modificaciones sobre los planes y programas de estudios que presenta la Universidad Latina de Costa Rica (UNILAT) de las siguientes carreras:

- ✓ 1) Bachillerato en Administración.
- 2) Bachillerato en Relaciones Públicas.
- 3) Bachillerato en Ciencias de la Educación Preescolar.
- 4) Bachillerato en Relaciones Internacionales.
- 5) Bachillerato en Economía.
- 6) Bachillerato en Publicidad.
- ✓ 7) Licenciatura en Economía.

Sin otro particular, lo saluda.

CONESUP

RAFAEL GARZONA MESSEGUER
Secretario General

rgsc



Anexo: Documentos en Mención.

cc: Dr. Marco Antonio Fallas Barrantes, Rector Universidad Latina de Costa Rica (UNILAT)



UNIVERSIDAD LATINA de Costa Rica

Collegium Latinum

29 de agosto de 1990

Señores
Miembros
Consejo Nacional de Educación
Universitaria Privada
Presente

CONESUP	
Recibido	Ronald Soto C
Fecha:	30 Ato 1990
Hora	11:30 a.m.

Estimados señores:

Por este medio me permito someter a conocimiento y aprobación de ese Consejo las modificaciones que se darán al plan de estudios de cada una de las carreras del Collegium Latinum afiliado a la Universidad Latina de Costa Rica, cuya iniciativa obedece, como se percibirá fácilmente, al ferviente deseo de esta Universidad de este Colegio y esta Universidad de cumplir con las leyes de Costa Rica, acoger las sugerencias y pronunciamientos de CONARE y los superiores fines de la excelencia académica que es uno de los nortes más constantes de esta Universidad.

Tal y como se observa en la propuesta sometida a su aprobación, las carreras en el nivel de bachillerato en un futuro contarán con ocho cuatrimestres, unos cursos cambian de nombres, otros se suprimen y son sustituidos por nuevos que enriquecerán el curriculum repercutiendo en la formación que se dará a nuestros alumnos. Las razones que motivan el presente planteamiento se reducen a tres a saber:

- a) El plan de estudios de algunas de las carreras aprobada al Collegium Latinum, cuando éste estuvo afiliado a la U.A.C.A. en virtud del transitorio II de la Ley No. 6693; ratificado por el CONESUP cuando tal Colegio optó por afiliarse a la Universidad Latina de Costa Rica, no cumplen estrictamente con los requisitos y directrices emanados de CONARE.
- b) En los casos en que se introducen modificaciones sustanciales en los planes de estudio se aporta la documentación que le da sustento, básicamente los que se refieren a las materias nuevas. En las materias ya existentes tal documentación se omite puesto que los atestados se hallan en poder de ese Consejo desde el momento en que se aprobó la respectiva carrera en su oportunidad.
- c) En otro orden de cosas me permito razonar el cambio de nombre de varias de las asignaturas de la siguiente manera.

Los avances técnicos y científicos son además de constantes, irreversibles. Los conceptos, las teorías y doctrinas están en constante evolución y cambio, por lo que un curriculum que no se adapte a este dinamismo se expone a quedarse anulado en el pasado.



UNIVERSIDAD LATINA de Costa Rica

Collegium Latinum

Una Universidad que a su vez no está estancada y rigidamente en su currículum deja mucho que desear y estaría bien pensado en razón de por cual es el de ofrecer los conocimientos más actualizados y que satisfagan las necesidades e intereses de la sociedad.

Desde esta tesitura, la Universidad se acordó a analizar el nombre de cada una de las asignaturas en relación a los programas de estudio logrado determinar serias incongruencias.

Además, se requirió el criterio técnico de los profesores de esta Universidad quienes puntualizaron que a la luz de los avances doctrinarios es necesario revisar los nombres de esos cursos con el propósito de que refleje adecuadamente sus objetivos y naturaleza.

Para concluir es importante informar que las modificaciones entrarán en vigencia a más tardar a partir del segundo cuatrimestre de 1991, una vez que ese Consejo las haya aprobado. Consecuentemente los estudiantes que se hubieran matriculado con anterioridad a concluirán sus estudios con el plan anterior, aunque podrá sustituir diversas asignaturas del plan anterior por otras nuevas contempladas en el nuevo plan en la forma indicada en el anexo que se adjunta a esta solicitud.

Las carreras en las que se solicitan las modificaciones son las siguientes:

- ECONOMIA
- RELACIONES PUBLICAS
- RELACIONES INTERNACIONALES
- EDUCACION PREESCOLAR
- ADMINISTRACION DE NEGOCIOS
- PUBLICIDAD

Atentamente,

Dr. Marco Antonio Fallas B.

RECTOR

MF:gu

BACHILLERATO
RELACIONES PUBLICAS

MATERIA	No. SEMANAL DE HORAS CLASE	No. SEMANAL DE HORAS DE TRABAJO INDIVI- DUAL SUPERVISADO	No. DE CREDITOS
I CUATRIMESTRE			
INTRODUCCION A LAS RELACIONES PUBLICAS	3	9	4
TEORIA DE LA COMUNICACION I	3	9	4
FUNDAMENTOS DE ADMINISTRACION	3	9	4
INGLES I	3	9	4
II CUATRIMESTRE			
TALLER RRPP I	3	9	4
TEORIA DE LA COMUNICACION II	3	9	4
COMUNICACION ESCRITA	3	9	4
INGLES II	3	9	4
III CUATRIMESTRE			
TALLER RRPP II	3	9	4
ADMINISTRACION DE RECURSOS HUMANOS	3	9	4
PERIODISMO I	3	9	4
INTRODUCCION A LA COMPUTACION	3	9	4
IV CUATRIMESTRE			
TALLER DE RRPP III	3	9	4
PERIODISMO II	3	9	4
PSICOLOGIA DE LA COMUNICACION	3	9	4
ESTADISTICA	3	9	4
V CUATRIMESTRE			
COMUNICACION ORGANIZACIONAL	3	9	4
INTRODUCCION A LA PUBLICIDAD	3	9	4
MERCADEO	3	9	4
LEGISLACION DE LA COMUNIC.	3	9	4
VI CUATRIMESTRE			
ORGANIZACION DE LA COMUNIC.	3	9	4
SOCIOLOGIA DE LA COMUNICACION	3	9	4
PLANIFICACION DE RELAC. PUB.	3	9	4
ANAL. DE MEDIOS DE COMUNIC.	3	9	4
VII CUATRIMESTRE			
OPINION PUBLICA	3	9	4
EL PUBLICO, LA EMPRESA Y LA DEMOCRACIA	3	9	4
METODOS INVESTIGACION CIENT.	3	9	4
PRACTICA PROFESIONAL	3	9	4
VIII CUATRIMESTRE			
SEMINARIO DE INVESTIGACION	6	18	8

SUSTITUCIONES QUE PODRAN HACER LOS ALUMNOS
MATRICULADOS ANTES DEL AÑO 1991

CARRERA: RELACIONES PUBLICAS

MATERIA ACTUAL	MATERIA POR LA QUE SE PUEDE SUSTITUIR
-Matematica I	-Introducción a la Computación
-Fundamentos de Derecho	-Periodismo II
-Administración de Recursos Humanos	-Comunicación Escrita
-Relaciones Públicas	-Estructuración Organizacional
-Psicología IV	-Introducción a la Publicidad
-Marketing II	-Organización de Empresas de Relaciones Públicas
-Relaciones Públicas en Costa Rica	-Sociología de la Comunicación e Análisis de Medios de Comunicación

JUSTIFICACION DE LA RAZON POR LA CUAL CURSOS
QUE APARECIAN EN EL PLAN DE ESTUDIOS VIGENTE NO
APARECEN EN EL PLAN DE ESTUDIOS PROPUESTO

CARRERA

RELACIONES PUBLICAS

MATERIA: MATEMATICA I

El objetivo principal de esta materia era hacer un repaso general de conceptos básicos matemáticos. Estos conceptos básicos matemáticos están incluidos en los programas de educación secundaria y cada día más, sobre todo con la implantación del examen de bachillerato en la educación secundaria, se ha ido poniendo de manifiesto, la no necesidad de repasar conceptos ya aprendidos.

MATERIA: FUNDAMENTOS DE DERECHO

Esta materia se impartía como un curso de apoyo a la materia de Legislación Pública, sin embargo se ha analizado que los conceptos básicos de Derecho se podían incluir en el curso mismo de Legislación Pública y en el curso de Organización de la empresa de Relaciones Públicas.

MATERIA: ADMINISTRACION DE RECURSOS HUMANOS II

Esta materia se eliminó porque los contenidos están incluidos en los programas de Fundamentos de Administración y Administración de Recursos Humanos I.

MATERIA: RELACIONES HUMANAS

Los contenidos de esta materia se repetían en los cursos de Administración de Recursos Humanos I y Psicología.

MATERIA: PSICOLOGIA II

Los principales contenidos de esta materia se incluyeron o ya estaban incluidos en las materias de Psicología I, Comunicación.

MATERIA: MERCADEO II

Los principales contenidos de este curso se incluyeron en la materia Introducción a la Publicidad.

MATERIA: RELACIONES PUBLICAS EN COSTA RICA

Los principales contenidos de este curso están incluidos en las materias Comunicación Organizacional, Introducción a las Relaciones Públicas y Legislación de la Comunicación.

Comunicación escrita

Objetivo

Ofrecer al estudiante una visión general sobre los principales elementos que permiten ejercer en forma idónea la comunicación escrita.

Contenido.

I. Introducción general al periodismo escrito:

Normas generales.
Diferentes medios escritos.
Los medios escritos en Costa Rica.
Perspectivas laborales en los medios escritos.
Marco de trabajo en los medios escritos.

II. Los signos ortográficos.

III. Usos de los signos de puntuación.

IV. Usos del paréntesis y del guión largo.

V. Usos del punto y coma.

VI. Usos de los dos puntos.

VII. Uso del punto.

VIII. Uso de los puntos suspensivos.

IX. Usos de las comillas.

X. Normas básicas de redacción.

XI. Manual de estilo.

Metodología

-- Lecciones magistrales.

INTRODUCCION A LA COMPUTACION

OBJETIVO DEL CURSO

Introducir al estudiante en el ambiente de la Electrónica de datos, microcomputadoras, como medio para toma de decisiones administrativas y financieras, en vista que nuestro medio actual de trabajo se está desarrollando sobre esta Tecnología.

CONTENIDO DEL CURSO

TEMA I : INTRODUCCION.

- 1.1 Historia de la computación.
- 1.2 Conceptos importantes en la computación.

TEMA II : PARTES DE UNA MICROCOMPUTADORA.

- 2.1 Manejo y funciones espiales del teclado.

TEMA III : SISTEMA OPERATIVO (DOS)

- 3.1 Funciones y características del sistema operativo.
- 3.2 Utilización del menú Lotus-Básico.

TEMA IV : CASOS DE PRACTICA.

TEMA V : MACROS.

TEMA VI : PROCESADOR DE TEXTOS.

EVALUACION

EXAMEN CORTOS TODA LAS SEMANAS.	15%
2 EXAMENES PARCIALES 25% CADA UNO	50%
CONCEPTO	5%
EXAMEN FINAL	30%

BIBLIOGRAFIA

TEXTO: SISTEMAS DE APOYO A LAS DECISIONES.

PERIODISMO II

Objetivo:

1. Adentrar al estudiante en el amplio y agitado mundo del Periodismo, de forma que al final este en capacidad de reconocer la conformación y las características más relevantes de se sector en Costa Rica.

2. Informar al alumno acerca del uso de las principales técnicas de redacción del material informativo que se publica en un medio de comunicación

Objetivos específicos:

1. Brindar pautas generales de redacción sobre el estilo y lenguaje periodísticos que son útiles para elaborar publrreportajes.

METODOLOGIA:

I. Géneros-interpretativos

Reportajes

Análisis de situación

Entrevistas.

II. Géneros de:

Opinión: Editorial, Columna, Artículo y Cometario

III. Otros géneros interpretativos: La Crónica, La Crítica.

BIBLIOGRAFIA:

Periódicos y revistas de actualidad.

Manual de Periodismo, Vicente Leñero y Carlos Marín.

Evalación:

Examen Parcial	20%
Asistencia y partic.	20%
Examen Parcial II	20%
Examen Final	40%

UNIVERSIDAD LATINA DE COSTA RICA
RELACIONES PUBLICAS

Comunicación Organizacional

Objetivo:

Al finalizar el curso el alumnos será capaz de implementar un proceso de comunicación organizacional en una empresa.

Contenidos Propuestos

I. Teoría de las Organizaciones

Teoría Clásica.
Teoría Humanística.
Teoría Sistemas.
Teoría Contingente.

II. Comunicación Organizacional

Definición
Objetivo
Importancia
Tipos: Oral, escrita, Kinésica-
Formal - informal-
Interpersonal-masiva-grupos-
Comunicación reactiva-
Comunicación proactiva-

III. Funciones

Informativa y operativa.
Normativa y de persuasión.
Investigación y sistematización.
Desarrollo y proyección.
Definición e interacción.

IV. Factor Humano

Motivación.
Actitud.
Resistencia.

V. Planificación.

VI. El Comunicador Organizacional como capacitador

VII. El Comunicador Organizacional como asesor.

VIII. Proceso de la Comunicación Organizacional

Evaluación

-- Examen Parcial	30%.
-- Examen Final	40%
-- Proyecto	30%

Bibliografía

- Johnson, Stanley, Harvis, Julian. El reportero Profesional.
Editorial Trillas, México 1980.
- García Schwrect. Las comunicaciones en la empresa, sus aspectos
psicológicos y sociales. Editorial Científico -
Técnica, La Habana, 1984.

UNIVERSIDAD LATINA DE COSTA RICA
COLLEGIUM LATINUM
INTRODUCCION A LA PUBLICIDAD I
RELACIONES PUBLICAS

OBJETIVOS Y PROGRAMA DEL CURSO

OBJETIVOS:

Este programa pretende hacer una introducción del estudiante a la disciplina publicitaria, en forma lógica y ordenada, comenzando por la definición de Publicidad y el marco teórico en el que se desenvuelve, haciendo énfasis en los parámetros mercadotécnicos que la delimitan.

Para ello, en este curso se desarrollará un poco sobre teoría del Marketing, con le objetivo de ubicar a la Publicidad y su concepto como parte de esa disciplina, asignándole el papel que le corresponde como herramienta de la mercadotecnia moderna.

TEMARIO:

TESIS I

EL CONCEPTO DE PUBLICIDAD Y SU HISTORIA

- Antecedentes históricos y evolución de la Publicidad.
- Concepto, Objetivos y Función de la Publicidad.
- Tipos de Publicidad.

TESIS II

LA PUBLICIDAD Y EL MARKETING

- El Marketing como sistema
- La Publicidad como parte del sistema de Marketing
- Marketing Mix/Papel de la publicidad.

TESIS III

LA PUBLICIDAD EN SU MEDIO AMBIENTE

- Impacto social de la Publicidad
- Impacto económico de la Publicidad
- Responsabilidades y deberes
- Etica profesional y moralidad pública

TESIS IV

LAS INSTITUCIONES DE LA PUBLICIDAD

- El anunciante.
- Los medios de comunicación Colectiva.
- Las agencias de Publicidad.

METODOLOGIA:

Las lecciones han sido programadas, de las cuales 12 se dedicarán a lecciones magistrales impartidas por el profesor, 3 para evaluación y el último, correspondiente a entregar promedios, la asistencia es obligatoria.

Adicionalmente se asignarán a lo largo del curso, lecturas complementarias, de las cuales el estudiante debe entregar un comentario escrito a manera de comprobación, a más tardar ocho días después de asignada

EVALUACION

EXAMEN PARCIAL	25%
PARTICIPACION EN CLASE	15%
EXAMEN PARCIAL II	25%
EXAMEN FINAL	35%

BIBLIOGRAFIA:

- Rusell-Verril. OTTO KLEPPNER'S PUBLICIDAD. Edit. Prentice Hall Hispanoamericana Mex.
- Antrim W. PUBLICIDAD. (Folleto No 2 en un curso integrado de Mercadotecnia), Edit. Mc Graw Hill Mex.
- Dirksen. PRINCIPIOS Y PROBLEMAS DE LA PUBLICIDAD. Eit. C.E.C.S.A.
- Kotler PH. FUNDAMENTOS DE MERCADOTECNICA. Edit. Prentice Hall.

UNIVERSIDAD LATINA DE COSTA RICA
COLLEGIUM LATINUM

ORGANIZACION DE LA EMPRESA EN RELACIONES PUBLICAS

Objetivo:

Al Finalizar el curso el alumno será capaz de organizar una empresa de Relaciones Públicas

Temario:

- I. Conceptos generales de la empresa.
- II. Organización Administrativa de la empresa
- III. Organización Jurídica.
 - Derecho Mercantil
 - Derecho Administrativo
 - Ley de Administración Financiera
 - Ley de Administración Pública
- IV. Tipos de servicios de Relaciones Públicas
 - Asesoría, consultoría, producción, auditoría.
- V. Preparación de proyectos

Evaluación:

1. El estudiante realizará una investigación amplia de un tema, lo presentará por escrito y lo expondrá en clase. 30%
2. Dos exámenes escrito (25%) 50%
3. Asistencia y participación 20%

Bibliografía:

- Berlo, Davi. El proceso de la comunicación. Introducción a la teoría y a la práctica. El Ateneo, Buenos Aires, 1984.
- Lozano, Fernando. Manual Práctico de Relaciones Públicas. Editorial Revista "Relaciones Públicas". Madrid, España, Primera Edición 1980.

V . Planificación

VI. El C.O. como Capacitador

VII. El C.O. como Asesor

VIII. Proceso de la C. Org.

Evaluación

Trabajos de investigación	30%
Asistencia	20%
Examen parcial	20%
Examen final	30%

Bibliografía:

Matezke, Gerhard. Sicología de la Comunicación, CIESPAL, Ecuador, 1982.
Garcia S., Pablo Las comunicaciones en la empresa. Editorial Científico
Técnica, Cuba, 1983.

6. FACTORES Y CONDICIONES DEL CAMBIO SOCIAL

- 6.1 El factor demográfica
- 6.2 El factor técnico
- 6.3 La infraestructura económica
- 6.4 Los valores culturales
- 6.5 Las ideologías
- 6.6 Conflictos y contradicciones

7. LOS AGENTES DEL CAMBIO SOCIAL

- 7.1 Las élites
- 7.2 Los movimientos sociales y los grupos de presión
- 7.3 Motivación y necesidad de éxito.

EVALUACION

EXAMEN PARCIAL	30%
TRABAJO ESCRITO	30%
EXAMEN FINAL	40%

BIBLIOGRAFIA

FONSECA EUCENIO Y OTROS. Estratificación social y planificación familiar
NESMAN EDGAR. Participación popular y desarrollo.

UNIVERSIDAD LATINA DE COSTA RICA
COLLEGIUM LATINUM
SOCIOLOGIA DE LA COMUNICACION

OBJETIVO DEL CURSO

Al finalizar el curso el alumno será capaz de comprender principios fundamentales de la organización de la sociedad actual y su actitud ante el cambio social.

CONTENIDO DEL CURSO

1. La organización social: clasificaciones y tipología
 - 1.1 Cultura, estructura y organización social
 - 1.2 Tipología de las sociedades: dos problemas
 - 1.3 Criterios externos a la organización social y criterios parciales.
 - 1.4 Criterios internos a la organización social.
2. SOCIEDAD TRADICIONAL Y SOCIEDAD TECNOLÓGICA
 - 2.1 La sociedad tradicional
 - 2.2 La sociedad tecnológica
 - 2.3 Tipos ideales y subtipos
3. ORGANIZACIÓN SOCIAL: FUNCIÓN ESTRUCTURA Y SISTEMA
 - 3.1 La tradición analítica.
 - 3.2 Función y funcionalismo
 - 3.3 Estructura y estructuralismo
 - 3.4 Análisis sistemático y dialéctica social
4. EL SISTEMA SOCIAL
 - 4.1 El sistema de la acción y sus subsistemas
 - 4.2 Jerarquía de los subsistemas de la acción
 - 4.3 Sistema social y sistema cultural
 - 4.4 La estructura del sistema social
 - 4.5 El análisis funcional del sistema social
5. CAMBIO SOCIAL Y ACCIÓN HISTÓRICA: PROBLEMAS DE UNA SOCIOLOGÍA DE LA HISTORIA
 - 5.1 Tradición e insuficiencia de la sociología de la historicidad.
 - 5.2 Evaluación y cambio social
 - 5.3 La noción cambio social
 - 5.4 Cambio social, acción y histórica y proceso social.
 - 5.5 Factores, condiciones y agentes del cambio
 - 5.6 Profetismo y previsión
 - 5.7 Los problemas que se plantean

UNIVERSIDAD LATINA DE COSTA RICA
RELACIONES PUBLICAS

Análisis de los medios de comunicación

Objetivo:

Lograr que el alumno discrimine las ventajas o desventajas de utilizar determinado medio de comunicación.

I.

Introducción.

Ubicación del análisis dentro de la investigación de la comunicación.

Utilidad del análisis de medios.

II.

Forma y contenido del mensaje en los distintos medios masivos de comunicación.

III.

Análisis de contenido según los medios.

- Concepto.
- Características.
- Clases - cuantitativo.
 - cualitativo.
 - estructural.
 - semiótico.

IV.

Técnicas de análisis de contenido aplicables a los distintos medios .

- Análisis en medios impresos.
- Análisis en medios electrónicos (TV. cine, radio).

Evaluación

- | | | |
|----|-----------------|------|
| -- | Proyecto: | 40%. |
| -- | Examen Parcial. | 20%. |
| -- | Examen Final. | 40%. |

Bibliografía

- Wesleyc Clarck. El periodismo del futuro y la comunicación de masas.
- Berwanger, D. Cine y televisión a bajo costo. Edit. Epoca, 1977.
- Alkin, Glyn. T.V. Sound Opertion. New York: Focal/ Hastengs House, 1978.

PRACTICA PROFESIONAL

RELACIONES PUBLICAS

Objetivo: Al finalizar el curso el estudiante será capaz de analizar y entender el entorno profesional e integrar sus conocimientos teórico-prácticos.

El curso de práctica profesional en la carrera de relaciones públicas está dirigido a que el estudiante del nivel de bachillerato planifique, ejecute y desarrolle actividades propias de un profesional en relaciones públicas, directamente en su campo de trabajo. De tal modo que ponga en práctica todas aquellas enseñanzas teóricas que aprendió, reforzando aspectos en las clases teóricas fundamentalmente dirigidas a apoyar el trabajo de campo y ofrecer oportunidades para que los alumnos compartan las experiencias vividas en las instituciones de práctica. El curso propicia, además, la oportunidad de explorar la realidad nacional en el campo de la comunicación social y el papel del relacionista público en diferentes modelos institucionales.

Evaluación: Se evaluará mediante visitas de observación al lugar de trabajo.

Bibliografía:

Revilla, Federico: INTRODUCCION A LAS RELACIONES PUBLICAS. Ediciones Don Bosco, Barcelona, 1976.

SEMINARIO DE INVESTIGACION

OBJETIVO

Al finalizar el curso el alumno, con la guía de un tutor habrá desarrollado una tesis.

CONTENIDO

LA SECCION PRELIMINAR

- a) La portada o página de título.
- b) Los agradecimientos (optativos).
- c) La tabla de contenidos o índice.
- d) La lista de tablas (si acaso las hay).
- e) La lista de figuras (si acaso las hay).

I- INTRODUCCION

FORMULACION DEL PROBLEMA

- a) Los antecedentes del problema.
- b) El planteamientos del problema.
- c) La importancia del problema.
- d) El alcance y los límites del problema.
- e) Sub-problemas.
- f) Objetivos
 - generales y
 - específicos

II- EL MARCO TEORICO

III- EL MARCO METODOLOGICO

- a) Tipo de investigación.

b) Sujetos o fuentes de información.

c) Variables:

- definición conceptual.
- definición operacional.

d) Instrumentos.

e) Análisis de la información.

IV- LOS RESULTADOS

V- DISCUSION, CONCLUSION Y RECOMENDACIONES.

VI- REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.

VII- ANEXOS.

VIII- CRONOGRAMA

EVALUACION

Presentación de proyecto de tesina = 100%

BIBLIOGRAFIA

Notas Técnicas preparadas por la Universidad

Arias Galicia Fernando. INTRODUCCION A LA TECNICA DE INVESTIGACION
México, Trillas, 1974.

Kerlinger, Fred N. ENFOQUE CONCEPTUAL DE LA INVESTIGACION DEL COMPOR-
TAMIENTO. México Interamericana, 1981

CONESUP
Recibido *Elvira*
Fecha: 20 SEP 1989
Hora

**SOLICITUD DE APROBACION
DE LA CARRERA DE
RELACIONES PUBLICAS**

GRADO: LICENCIATURA

**UNIVERSIDAD LATINA
DE COSTA RICA**

INDICE

I.- SOLICITUD

ANEXO I

Estudio Profesional y Mercado de trabajo.

ANEXO II

Perfil Profesional.

ANEXO III

Plan de estudios.

ANEXO IV

Duración y Créditos.

ANEXO V

Personal Docente

ANEXO VI

Programas de los cursos.

ANEXO VII

Exámenes finales de Graduación.

ANEXO VIII

Programa sobre el trabajo Comunal.

ANEXO IX

Necesidades de Biblioteca o Laboratorio

ANEXO X

Costos de Matrícula

ANEXO XI

Estudio comparativo de Planes de estudios con Planes de estudios de otras Universidades.

SOLICITUD DE APROBACION DE LA CARRERA DE LICENCIATURA EN RELACIONES PUBLICAS.

I. INTRODUCCION.

Al tenor del artículo 3º de la Ley de Universidades Privadas y de los Artículos: 18, 19 y 20 del Reglamento del Consejo Nacional de la Enseñanza Superior Universitaria Privada, la Universidad Latina de Costa Rica hace formal solicitud ante el CONESUP para que le sea aprobada la apertura del Licenciatura en Relaciones Públicas, con el fin de impartirla en forma directa através del Instituto de Investigación y Docencia.

II. ESTUDIO DEL MERCADO DE TRABAJO.

Ver Anexo I.

III. NOMBRE DE LA CARRERA:

Relaciones Públicas.

IV. PERFIL PROFESIONAL

Ver Anexo II.

V. ESTRUCTURA DEL PLAN DE ESTUDIOS

Ver Anexo III.

VI. DURACION Y CREDITOS

Ver Anexo IV.

VII. PERSONAL DOCENTE

Ver Anexo V.

VIII. REQUISITOS DE INGRESO

Bachillerato de Enseñanza Media.

IX. REQUISITOS DE GRADUACION

Aprobación del Plan de estudios.

Aprobación de exámenes finales de Graduación. (Ver Anexo VII).

X. PROGRAMA DE LOS CURSOS

Ver Anexo VI.

XI. PROGRAMA DE TRABAJO COMUNAL

Ver Anexo VIII.

XII. NECESIDADES DE BIBLIOTECA Y LABORATORIO

Ver Anexo IX.

XIII. TITULO Y GRADO QUE SE OTORGARA.

Licenciatura en Relaciones Públicas.

XIV. COSTOS DE MATRICULA

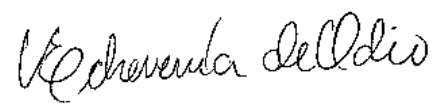
Ver Anexo X.

XV. ESTUDIOS COMPARATIVOS DEL PLAN DE ESTUDIOS CON PLANES DE ESTUDIO DE OTRAS UNIVERSIDADES.

Ver Anexo XI.

Atentamente,


Dr. Marco Antonio Fallas F.
RECTOR


Lic. Virginia Echeverría H.
Presidente Junta Administrativa

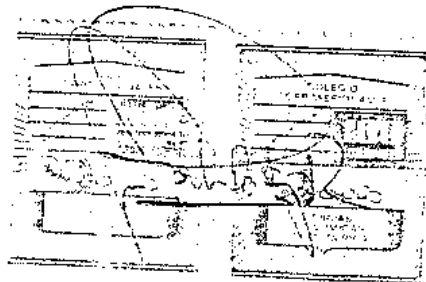
A QUIEN INTERESE

Reciba adjunto el Estudio de Mercado para la carrera de LICENCIATURA EN RELACIONES PUBLICAS, del cual se dedujeron los resultados del análisis de dicha carrera.

No omito manifestar que la metodología estadística que garantiza el rigor científico de la Investigación, está descrito en el trabajo. De igual manera informo que dicho estudio fue realizado bajo mi responsabilidad y supervisión.

Atentamente,


José Pablo González Rojas
Carnet #179
Colegio Profesionales en
Ciencias Económicas
Léase correctamente carnet #719



INDICE

I. INTRODUCCION

II. ASPECTOS METODOLOGICOS

A.- Determinación de la demanda de profesionales en el área de Relaciones Públicas. Grado Licenciatura.

1.- Marco Muestral

2.- Tamaño de la muestra

3.- Cuestionario utilizado

4.- Recolección de los datos

5.- Expansión de los resultados

B.- Determinación de la oferta de profesionales en el área de Relaciones Públicas. Grado de Licenciatura.

III. ANALISIS DE RESULTADOS

1.- Análisis de resultados con respecto a la demanda.

2.- Análisis de resultados con respecto a la oferta.

3.- Comparación entre oferta y demanda.

IV. CONCLUSIONES

V. ANEXOS

I- INTRODUCCION

La demanda social de educación superior en Costa Rica -entendida como el número de personas que solicitan ingreso a la enseñanza superior y que tienen los requisitos formales para hacerlo-, ha mantenido un ritmo creciente que no puede ser atendido en su totalidad por el sistema Universitario Estatal, como se refleja en el Cuadro No. 1 que se presenta a continuación.

La Universidad Latina de Costa Rica quiere aportar su grano de arena ofreciendo a la población costarricense la posibilidad de contar con una adecuada preparación académica que le permita desarrollar una determinada actividad profesional con idoneidad y que contribuya al desarrollo económico y social de nuestro país.

CUADRO No.1
MATRICULA PROYECTADA DE LA EDUCACION SUPERIOR EN COSTA RICA 1982 - 1990
ADMISION HISTORICA Y PROYECTADA DE LAS INSTITUCIONES DE EDUCACION SUPERIOR,
POR AÑOS, SEGUN INSTITUCIONES. 1975 - 1990

ADMISION HISTORICA Y PROYECTADA, SEGUN INSTITUCIONES

AÑO	GRADUADOS EDUCACION DIVERSIFI CADA AÑO ANTERIOR (1)	TOTAL EDUC. SUPERIOR	TOTAL EDUCACION SUPERIOR UNIVERSIT-	EDUCACION SUPERIOR UNIVERSITARIA ESTATAL					TOTAL EDUCACION PARAUNIVERSITA- RIA	EDUCACION SUPERIOR COLEGIO UNIVERSI- TARIO MES	
				UCR	ITCR	UNA	UNED	UACA		COLEGIO UNIVERSI- TARIO	INSTITUCIO- NES PRIVADAS
1975	8.241	10.189	8.863	6.213	171	2479	0	0	1326	0	1326
1976	10.021	11.453	9.321	6.250	655	2.416	0	163*	1.969	834	1.135
1977	11.542	12.152	10.042	6.757	589	2.696	0	169*	1.941	615	1.326
1978	11.917	14.107	10.666	6.630	845	1.907	1.284	630*	2.811	767	2.044
1979	13.412	16.370	11.609	6.098	1.105	2.067	2.339	1.323	3.438	1.159	2.279
1980	13.361	18.043	13.612	6.057	1.031	2.684	3.840	1.031	3.400	976	2.424
1981	13.896	17.602	13.230	5.247	670	2.643	4.670	1.419	2.953	1.159	1.794
1982	16.781	17.689	13.506	5.516	840	2.350	4.800	1.482	2.701	1.209	1.492
1983	17.659	17.798	13.524	5.424	930	2.250	4.920	1.577	2.697	1.287	1.410
1984	18.122	17.795	13.591	5.341	990	2.150	5.110	1.618	2.586	1.320	1.266
1985	17.957	17.896	13.917	5.257	1.110	2.050	5.500	1.599	2.380	1.305	1.075
1986	16.991	17.293	13.713	5.153	1.110	1.950	5.500	1.505	2.075	1.228	847
1987	17.340	17.341	13.689	5.129	1.110	1.950	5.500	1.535	2.117	1.252	865
1988	17.575	17.372	13.672	5.112	1.110	1.950	5.500	1.555	2.145	1.269	876
1989	16.753	17.169	13.657	5.097	1.110	1.950	5.500	1.474	2.038	1.203	835
1990	15.900	16.962	13.643	5.083	1.110	1.950	5.500	1.391	1.928	1.135	793

(1) Incluye bachilleres por madurez

FUENTES: Of. de Planificación de la Educación Superior (OPES), Estadística de la Educación Superior 1978 (OPES-06/80), 1979 (OPES-19/80), 1980 (OPES-07/81).

Universidad de Costa Rica, Oficina de Registro.

Instituto Tecnológico de Costa Rica, Oficina de Planificación Institucional.

Universidad Nacional, Oficina de Programación.

Universidad Estatal a Distancia, Centro de Investigación Estadística.

Universidad Autónoma de Centro América, Rectoría.

Colegios Universitarios, Departamento de Registro

Instituciones Privadas de Educación Parauniversitaria.

Oficina de Planificación de la Educación Superior (OPES), Proyecciones de la matrícula de la Educación General Básica y de la Educación Diversificada 1982 - 1995 (OPES-08/81), setiembre 1981.

Ministerio de Educación Pública, Dirección General de Educación Permanente, Departamento de Evaluación y Registro.

Oficina de Planificación de la Educación Superior (OPES), elaboración de la División de Sistemas.

II. ASPECTOS METODOLOGICOS

A.- Determinación de la demanda de profesionales en el área de Relaciones Públicas. Grado Licenciatura.

1- MARCO MUESTRAL

Está constituido por empresas ubicadas en la región Central, según la ley de Planificación Nacional, partiendo del supuesto que en esta zona es donde se localiza la mayor concentración de la actividad en Relaciones Públicas del país, considerando para efectos de este estudio las siguientes

ramas de actividad: Industria manufacturera o de transformación, Comercio, establecimientos financieros, seguros, bienes inmuebles. Se incluyen únicamente estas tres ramas de actividad debido a que son las que absorben la mayor parte de los profesionales de Relaciones Públicas. Por lo tanto, de incluirse la totalidad del país y la totalidad de las ramas la demanda que aquí se estima sería mayor. Por otra parte solo se tomaron en cuenta las empresas mayores de cincuenta y más empleados que son las que tienen más altas necesidades de profesionales en Relaciones Públicas, con excepción de la rama establecimientos financieros que por requerir personal muy especializado se consideraron las de 20 y más empleados. Según datos de la Caja Costarricense de Seguro Social, el número de establecimientos en las ramas señaladas que existe en la primera parte de 1989 es el siguiente:

CUADRO No. 2

NUMERO DE ESTABLECIMIENTOS POR
TAMANO SEGUN RAMA DE ACTIVIDAD: 1989

RAMA DE ACTIVIDAD	NUMERO DE EMPRESAS	TAMANO			
		20-49	50-99	100-199	200 Y MAS
IND. MANUFACTURERA	426	-	185	114	127
COMERCIO	165	-	94	46	25
ESTABLECIMIENTOS FINANCIEROS ETC.	155	98	33	13	11
T O T A L	746	98	312	173	163

FUENTE: Caja Costarricense de Seguro Social.

2- TAMAÑO DE LA MUESTRA:

Para calcular el tamaño de la muestra se utilizo la siguiente fórmula:

$$N = \frac{N}{1 + \frac{Q}{N}}$$

donde: N

$$Q = \left(\frac{Z_{\alpha/2} \sqrt{PQ}}{d} \right)^2$$

$Z_{\alpha/2}$ = nivel de confianza.

d = nivel de precisión esperado, medido como la diferencia máxima aceptable entre el estimador y el parámetro.

P = Proporción de empresas que requieren uno o más Graduados en Relaciones Públicas.

$$Q = 1 - P$$

En este estudio se utilizó un nivel de confianza del 95%, y un nivel de precisión del 4.3% y un valor de P igual a 50%, debido a que no se tiene conocimiento de su valor en la población y usando ese valor el producto PQ alcanza su máximo valor y, por lo tanto se está asumiendo una variabilidad máxima. De acuerdo con la anterior fórmula resultó un tamaño de muestra igual a 278. Este tamaño de muestra se distribuyó en las tres ramas de actividad ya indicadas, además de hacer una estratificación en cada una de ellas debido a que las necesidades de profesionales varían según el tamaño, medido éste a través del número de empleados. Se definieron los siguientes estratos: 50 - 99, 100 - 199, 200 y más para las ramas de actividad manufactureras y

Comercio y además se incluyó un estrato de 20 - 49 para el estrato establecimientos financieros por la razón indicada en el punto No.1, referido al marco muestral.

Tomando en cuenta lo dicho en párrafos anteriores, de que las empresas más grandes son las que absorben la mayor cantidad de profesionales, no se utilizó una distribución proporcional al tamaño de cada estrato, sino se asignó una mayor proporción a los estratos que tienen la mayor cantidad de empleados. Además, estas proporciones son diferentes en cada una de las tres ramas de actividad, siendo mayores en establecimientos financieros debido a que la población de empresas es más reducida. Un poco más bajas en comercio y en Industria Manufacturera debido a que son mayor cantidad de empresas.

Las proporciones utilizadas se indican en detalle a continuación:

CUADRO No. 3

PROPORCIONES UTILIZADAS EN CADA ESTRATO Y RAMAS DE ACTIVIDAD

RAMA DE ACTIVIDAD	ESTRATOS			
	20-49	50-99	100-199	200 Y MAS
IND. MANUFACTURERA	-	25%	40%	50%
COMERCIO	-	25%	40%	100%
ESTABLECIMIENTOS FINANCIEROS ETC.	25%	100%	100%	100%

El cálculo del tamaño de muestra para cada rama de actividad por estrato aparece en cada uno de los cuadros siguientes:

CUADRO No. 4

CALCULO DEL TAMAÑO DE MUESTRA PARA
LA INDUSTRIA MANUFACTURERA SEGUN ESTRATOS

TAMAÑO	TOTAL DE EMPRESAS	PROPORCION USADA	# DE EMPRESAS EN LA MUESTRA
50 - 99	185	25 %	46
100 - 199	114	40 %	46
200 Y MAS	127	50 %	64
T O T A L	426		150

CUADRO No. 5

CALCULO DEL TAMAÑO DE MUESTRA PARA
LA RAMA DE ACTIVIDAD COMERCIO, SEGUN ESTRATOS

TAMAÑO	TOTAL DE EMPRESAS	PROPORCION USADA	# DE EMPRESAS EN LA MUESTRA
50 - 99	94	25 %	24
100 - 199	46	40 %	18
200 Y MAS	25	100 %	25
T O T A L	165		67

CUADRO No. 6

CALCULO DEL TAMAÑO DE MUESTRA PARA
LA RAMA DE ACTIVIDAD ESTABLECIMIENTOS
FINANCIEROS, SEGUROS ESTRATOS, BIENES.

TAMAÑO	TOTAL DE EMPRESAS	PROPORCION USADA	# DE EMPRESAS EN LA MUESTRA
20 - 49	98	25 %	24
50 - 99	33	100 %	33
100 - 199	13	100 %	13
200 Y MAS	11	100 %	11
T O T A L	155		81

Determinada la muestra según lo expuesto anteriormente, la selección de las empresas dentro de cada estrato se realizó utilizando muestreo al azar sistemático.

3- CUESTIONARIO UTILIZADO.

Con el fin de obtener la información que nos permitiera hacer una proyección de la demanda de graduados, se aplicó a los Gerentes de Personal o su equivalente un cuestionario (ver anexo) que nos permitiera hacer una estimación de la demanda de graduados en el área de Relaciones Públicas, grado Licenciatura.

El cuestionario consta de una pregunta fundamental que dice así:
"Estime el número de profesionales con Licenciatura en Relaciones Públicas, que el establecimiento necesitaría contratar en cada uno de los próximos cinco años."

AÑO	
ACTUALMENTE	_____
1990	_____
1991	_____
1992	_____
1993	_____
1994	_____

Nota: Por tratarse de plazas nuevas no deben acumularse, más bien, agregue únicamente el incremento adicional por año.

4- RECOLECCION DE LOS DATOS

Para recolectar los datos se siguieron cada uno de los siguientes pasos:

- 1- Llamada telefónica a cada uno de los Gerentes de Personal o su equivalente de las empresas seleccionadas en la muestra, con el fin de explicarle el objetivo propuesto y requerir su colaboración.
- 2- Planteo de la pregunta fundamental.
- 3- Recolección de información por medio de una nueva llamada telefónica.

5- EXPANSION DE LOS RESULTADOS

Una vez recopilados y procesados los datos de la muestra, la estimación para toda la población se realizó aplicando los coeficientes de expansión obtenidos de acuerdo con las proporciones de empresa seleccionadas en cada uno de los estratos, porcentajes que fueron señaladas en cuadros No. 4, 5, 6.

Los coeficientes de expansión fueron los siguientes:

CUADRO No. 7

COEFICIENTES DE EXPANSION RESULTANTES DEL
DISEÑO DE MUESTRA UTILIZADA POR ESTRATOS
SEGUN RAMAS DE ACTIVIDAD

RAMA DE ACTIVIDAD	VALORES DE K.			
	20-49	50-99	100-199	200 Y MAS
INDUSTRIA MANUFACTURERA	-	4	2.5	1
COMERCIO	-	4	2.5	1
ESTABLECIMIENTOS FINANCIEROS	4	1	1	1

En detalle el procedimiento de expansión de resultados de la muestra a la población fue el siguiente; primeramente se calculo el promedio de necesidades de profesionales por estrato en cada una de las ramas. Estos promedios fueron posteriormente multiplicados por el tamaño de muestra en cada estrato y en cada rama y finalmente multiplicado por los respectivos coeficientes de expansión, especificados en el cuadro No. 7.

Los resultados obtenidos aplicando el procedimiento que se describió anteriormente aparecen en los siguientes cuadros (cuadros número 8 al 14).

CUADRO No. 8

RESULTADOS DE LA ESTIMACION DE
PROFESIONALES EN LA MUESTRA.
LICENCIATURA EN RELACIONES PUBLICAS
REGION CENTRAL DE SAN JOSE
RAMA DE ACTIVIDAD: INDUSTRIA MANUFACTURERA
O DE TRANSFORMACION: 1989 - 94

AÑO	PROMEDIO DE NECESIDADES POR EMPRESA			MUESTRA			NECESIDADES DE PROFESIONALES EN LA MUESTRA		
	50-99	100-199	200 Y MAS	50-99	100-199	200 Y MAS	50-99	100-199	200 Y MAS
ACT.									
1989	0.0005	0.0034	0.023	46	46	64	0.025	0.16	1.5
1990	0.0016	0.0060	0.031	46	46	64	0.075	0.28	2
1991	0.0016	0.0060	0.031	46	46	64	0.075	0.28	2
1992	0.0048	0.0086	0.0328	46	46	64	0.225	0.4	2.1
1993	0.0054	0.013	0.029	46	46	64	0.25	0.6	2.5
1994	0.0059	0.016	0.0468	46	46	64	0.275	0.76	3

CUADRO No. 9

RESULTADOS DE LA DEMANDA DE PROFESIONALES
PARA LA POBLACION CONSIDERADA
LICENCIATURA EN RELACIONES PUBLICAS
REGION CENTRAL DE SAN JOSE
RAMA DE ACTIVIDAD: INDUSTRIA MANUFACTURERA
O DE TRANSFORMACION: 1989 - 94

AÑO	COEFICIENTES DE EXPANSION			NECESIDADES DE LA POBLACION			
	50-99	100-199	200 Y MAS	50-99	100-199	200 Y MAS	TOTAL
ACT							
1989	4	2.5	1	0.1	0.4	1.5	2
1990	4	2.5	1	0.3	0.7	2	3
1991	4	2.5	1	0.3	0.7	2	3
1992	4	2.5	1	0.9	1	2.1	4
1993	4	2.5	1	1	1.5	2.5	5
1994	4	2.5	1	1.1	1.9	3	6

RESULTADOS DE LA ESTIMACION DE
PROFESIONALES EN LA MUESTRA.
LICENCIATURA EN RELACIONES PUBLICAS
REGION CENTRAL DE SAN JOSE
RAMA DE ACTIVIDAD: COMERCIO: 1989 - 94

CUADRO No. 10

AND ACT.	PROMEDIO DE NECESIDADES POR EMPRESA			MUESTRA			NECESIDADES DE PROFESIONALES EN LA MUESTRA		
	50-99	100-199	200 Y MAS	50-99	100-199	200 Y MAS	50-99	100-199	200 Y MAS
1989	0.0027	0.0052	0.029	46	46	64	0.125	0.24	1.9
1990	0.0048	0.0086	0.032	46	46	64	0.225	0.4	2.1
1991	0.0054	0.013	0.039	46	46	64	0.25	0.6	2.5
1992	0.0065	0.0156	0.046	46	46	64	0.3	0.72	3
1993	0.0086	0.0139	0.059	46	46	64	0.4	0.64	3.8
1994	0.0092	0.026	0.067	46	46	64	0.425	1.2	4.3

CUADRO No. 12

RESULTADOS DE LA ESTIMACION DE
 PROFESIONALES EN LA MUESTRA.
 LICENCIATURA EN RELACIONES PUBLICAS
 REGION CENTRAL DE SAN JOSE
 RAMA DE ACTIVIDAD: ESTABLECIMIENTOS
 FINANCIEROS, SEGUROS, BIENES INMUEBLES

AÑO	PROMEDIO DE NECESIDADES POR EMPRESA				MUESTRA				NECESIDADES DE PROFESIONALES EN LA MUESTRA			
	20- 49	50 - 99	100- 199	200 Y MAS	20 49	50- 99	100- 199	200 Y MAS	20- 49	50- 99	100- 199	200 Y MAS
ACT.												
1989	0.006	0.039	0.115	0.145	24	33	13	11	0.15	1.3	1.5	1.6
1990	0.007	0.057	0.153	0.218	24	33	13	11	0.17	1.9	2	2.4
1991	0.008	0.063	0.176	0.254	24	33	13	11	0.2	2.1	2.3	2.8
1992	0.008	0.063	0.176	0.254	24	33	13	11	0.2	2.1	2.3	2.8
1993	0.012	0.095	0.192	0.272	24	33	13	11	0.3	2.3	2.5	3
1994	0.016	0.1	0.23	0.363	24	33	13	11	0.4	2.4	3	4

CUADRO No. 11

RESULTADOS DE LA DEMANDA DE PROFESIONALES
PARA LA POBLACION CONSIDERADA
LICENCIATURA EN RELACIONES PUBLICAS
REGION CENTRAL DE SAN JOSE
RAMA DE ACTIVIDAD: COMERCIO: 1989 - 94

AÑO	COEFICIENTES DE EXPANSION			NECESIDADES DE LA POBLACION			
	50-99	100-199	200 Y MAS	50-99	100-199	200 Y MAS	TOTAL
ACT							
1989	4	2.5	1	0.5	0.6	1.9	3
1990	4	2.5	1	0.9	1	2.1	4
1991	4	2.5	1	1	1.5	2.5	5
1992	4	2.5	1	1.2	1.8	3	6
1993	4	2.5	1	1.6	1.6	3.8	7
1994	4	2.5	1	1.7	3	4.3	9

B- Determinación de la Oferta de Profesionales en el área de Relaciones Públicas. Grado Licenciatura.

Para estimar la Oferta de profesionales en el área de Relaciones Públicas, grado Licenciatura, se parte de la tendencia histórica del número de diplomas otorgados en los centros de enseñanza Superior Universitaria y, con base en ella hacer un ajuste estadístico de los datos por mínimos cuadrados, que tanto desde el punto de vista práctico como técnico se consideró el más recomendable.

Hubo casos donde se desecharon ajustes con un alto grado de correlación entre las dos series utilizados los años y el número de graduados debido a que en la realidad los resultados de las proyecciones no eran razonables.

En el cuadro siguiente se presenta la información histórica básica que permitió realizar el ajuste antes indicado.

CUADRO No. 14

SERIE HISTORICA DEL NUMERO
DE GRADUADOS DE LICENCIATURA
EN RELACIONES PUBLICAS: 1981 - 87

AÑO	NUMERO DE GRADUADOS
1981	-
1982	-
1983	-
1984	-
1985	-
1986	4
1987	3

ND = Información no disponible.

CUADRO No. 13

RESULTADOS DE LA DEMANDA DE PROFESIONALES
PARA LA POBLACION CONSIDERADA
LICENCIATURA EN RELACIONES PUBLICAS
REGION CENTRAL DE SAN JOSE
RAMA DE ACTIVIDAD: ESTABLECIMIENTOS
FINANCIEROS, SEGUROS, BIENES INMUEBLES.

AÑO	COEFICIENTES DE EXPANSION				NECESIDADES DE LA POBLACION				
	20-49	50-99	100-199	200 Y MAS	20-49	50-99	100-199	200 Y MAS	TOTAL
ACT									
1987	4	1	1	1	0.6	1.3	1.5	1.6	5
1990	4	1	1	1	0.7	1.9	2	2.4	7
1991	4	1	1	1	0.8	2.1	2.3	2.8	8
1992	4	1	1	1	0.8	2.1	2.3	2.8	8
1993	4	1	1	1	1.2	2.3	2.5	3	9
1994	4	1	1	1	1.6	2.4	3	4	11

III- ANALISIS DE RESULTADOS

1- Análisis de resultados con respecto a la demanda

De acuerdo con el método expuesto en el punto II-A (expansión de los resultados), se logró estimar la demanda de profesionales en Relaciones Públicas con el grado de bachillerato para cada uno de los años del período 1989-94 como se indicó en el punto II-A (marco muestral), los resultados de este trabajo se refieren únicamente a la región Central según la ley de Planificación Nacional. Es conveniente indicar que este tipo de estimaciones tienen una gran limitación, la cual consiste en que las empresas tienen bastante dificultad en precisar las necesidades reales de este tipo de profesional para períodos mayores de un año.

A continuación se presenta un cuadro resumen de las necesidades detectadas en la encuesta realizada.

CUADRO No. 15

ESTIMACION GLOBAL DE LA
DEMANDA DE PROFESIONALES CON
GRADO LICENCIATURA EN
RELACIONES PUBLICAS: 1989 - 94

AÑO	DEMANDA
1989	10
1990	14
1991	16
1992	19
1993	21
1994	26

Los datos anteriores indican que se producirá en cada uno de los años del período 1989 - 94, un incremento de este tipo de profesionales. Para 1989 se estima en 10 y para 1994 en 26.

2- Análisis de resultados con respecto a la oferta

Siguiendo el método expuesto en el punto II-B, se logró estimar la oferta de profesionales en Relaciones Públicas con grado de Licenciatura para cada uno de los años del período 1989-94.

Seguidamente aparece un cuadro con los resultados de la proyección, la cual también se presenta en forma gráfica en la siguiente página.

CUADRO No. 16

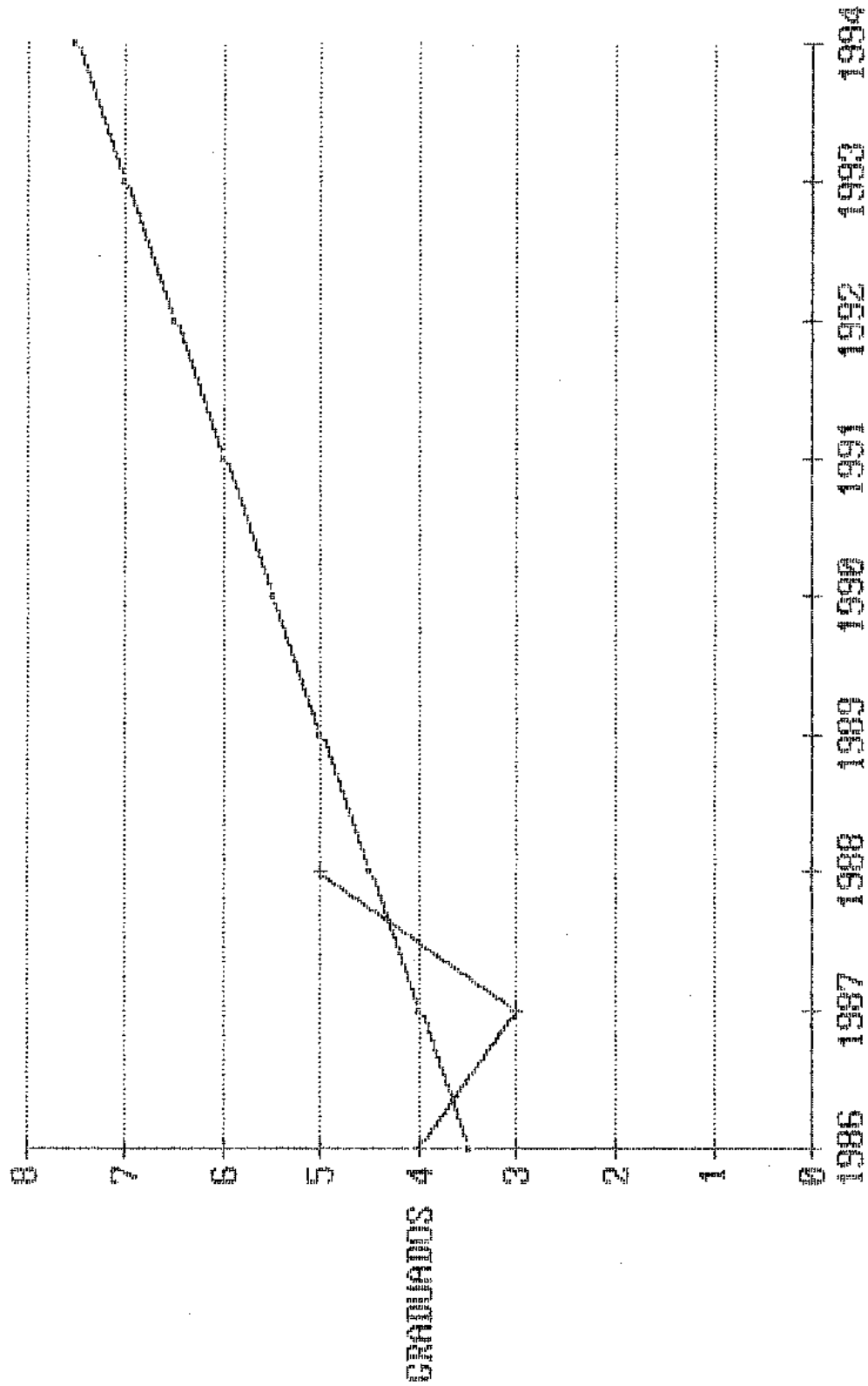
ESTIMACION DE GRADUADOS LICENCIATURA RELACIONES PUBLICAS: 1989 - 94

AÑO	NUMERO DE GRADUADOS
1989	5
1990	6
1991	6
1992	7
1993	7
1994	8

Los datos anteriores muestran un crecimiento de la oferta de graduados en esta carrera, pasando de en 1989 a en 1994, cifras de las cuales se obtiene una tasa de crecimiento anual, de %.

Es importante resaltar que en esta situación pueden intervenir una serie de factores o variables que dificultan bastante predecir con absoluta exactitud el comportamiento de los egresados, además de que no se dispone de toda la información requerida para trabajar con mayor precisión.

ESTIMACION DE GRUPOS LINGÜÍSTICOS RELACIONES PUBLICATIONS: 1989-94



3- Comparación entre oferta y demanda

Con la finalidad de facilitar la comparación entre la oferta y demanda de profesionales con el grado de Licenciatura en Relaciones Públicas se muestra el siguiente cuadro.

CUADRO No. 17

COMPARACION ENTRE LA OFERTA Y LA
DEMANDA DE GRADUADOS: 1989 - 94

AÑO	DEMANDA	OFERTA
1989	10	5
1990	14	6
1991	16	6
1992	19	7
1993	21	7
1994	26	8

Se nota claramente que la demanda de profesionales en ese campo supera a la oferta, según las estimaciones realizadas y que las diferencias entre una y otra aumentan cada año en mayor proporción. Así por ejemplo en 1989 la demanda supera a la oferta en 5 profesionales que representa en términos relativos en 100%. En cambio en 1994 la diferencia en términos es de 18 profesionales lo que en términos relativos significa un 225%.

IV- CONCLUSION

- 1- Se observa un incremento de la demanda de graduados con el grado de Licenciatura en Relaciones Públicas, al pasar los requerimientos de 10 a 26 profesionales, entre 1989 y 1994.
- 2- Se presenta un crecimiento de la oferta de graduados en el nivel de Licenciatura de la carrera de Relaciones Públicas, al obtenerse una estimación de 5 profesionales en 1989 y de 8 en 1994.
- 3- En el nivel de Licenciatura en Relaciones Públicas la demanda supera a la oferta en el período 1989 - 1994, así como la diferencia absoluta entre una y otra se hace cada vez mayor. Encontramos que en 1989 la demanda supera a la oferta en 5 profesionales que representa en términos relativos un 100%, así como en 1994 la diferencia en términos es de 18 profesionales lo que en términos relativos significa un 225%.

ENCUESTA PARA DETECTAR LAS NECESIDADES DE
PROFESIONALES EN RELACIONES PUBLICAS

1.- Nombre de la Empresa: _____

2.- Cuántos empleados en total tiene la empresa?(Si tiene sucursales
inclúyalas también): _____

3.- Estime el número de profesionales con Licenciatura en Relaciones
Públicas que el establecimiento necesitaría contratar en cada uno
de los próximos cinco años:

AÑO

Actualmente (1989)

1990

1991

1992

1993

1994

Nota: Por tratarse de plazas nuevas no deben acumularse, más bien,
agregue únicamente el incremento adicional por año.

CARRERA DE RELACIONES PUBLICAS

PERFIL PROFESIONAL

Con base en una sólida y profunda convicción de la responsabilidad social de las instituciones públicas y privadas, el relacionista público actúa profesionalmente como asesor y coordinador en comunicación. Por lo tanto, le compete funciones de asesoría como, sugerir políticas de Relaciones Públicas, sugerir políticas de Mercadeo, sugerir políticas de Relaciones Humanas; sugerir políticas Publicitarias; sugerir actitudes para el tratamiento del público.

En lo que concierne a las tareas propias de investigación, propicia y analiza resultados de encuestas de opinión pública; analiza archivos de prensa; analiza archivos de correspondencia; realiza entrevistas con dirigentes de opinión; define los públicos dirigentes de opinión; define los públicos de sus empresas; propicia y analiza resultados de encuestas sobre la producción impresa, realiza análisis de periódicos.

En el área de planeación, el profesional en relaciones públicas, elabora presupuestos para relaciones públicas; elabora el programa de relaciones públicas y lo evalúa, propone los procedimientos para seleccionar los recursos humanos y materiales para ejecutar el programa; presenta y explica el proyecto de programa o campaña en Relaciones Públicas.

El quehacer profesional del relacionista público se

el archivo que contiene la lista de periodistas, personas, entidades de interés para la institución; detecta inquietudes y fallas en las áreas empresariales que puedan afectar al público.

Finalmente, en el ámbito de la evaluación, el profesional, particularmente con referencia a los objetivos de su programa de trabajo, debe evaluar, formal, informal y experimentalmente sus actividades.

RELACIONES PUBLICAS
PLAN DE ESTUDIO
LICENCIATURA

CODIGO	MATERIA	REQUISITO
I CUATRIMESTRE		
89	MODELO DE RELACIONES PUBLICAS	---
90	HISTORIA DE LA CULTURA	---
91	SMIOLOGIA COMUNICACIONAL	---
92	DERECHO MERCATIL	---
II CUATRIMESTRE		
93	MODELO DE RELACIONES PUBLICAS II	89
94	PSICOLOGIA DEL DESARROLLO Y PERSONAL.	---
95	SEMINARIO DE CAMPAÑA DE RELAC. PUB.	89
96	PRACTICA PROFESIONAL	---
III CUATRIMESTRE		
38	SEMINARIO DE INVESTIGACION	AUTORIZAC.

**RELACIONES PUBLICAS
PLAN DE ESTUDIO
LICENCIATURA**

MATERIA	Nº. SEMANAL HORAS CLASE	Nº. SEMANAL DE HORAS DE TRABAJO INDI- VIDUAL SUPER- VISADO	CREDITOS
I CUATRIMESTRE			
MODELO DE RELAC.PUBLICAS	3	9	4
HISTORIA DE LA CULTURA	3	9	4
SEMILOGIA COMUNICACIONAL	3	9	4
DERECHO MERCATIL	3	9	4
II CUATRIMESTRE			
MODELO DE RELAC.PUBLICAS II	3	9	4
PSICOLOGIA DESARROLLO Y PERS.	3	9	4
SEM.DE CAMPAÑA DE RELAC. PUB.	3	9	4
PRACTICA PROFESIONAL	3	9	4
III CUATRIMESTRE			
SEMINARIO DE INVESTIGACION	6	18	8

RELACIONES INTERNACIONALES
PLAN DE ESTUDIO
LICENCIATURA

MATERIA

PROFESOR

I CUATRIMESTRE

HISTORIA DE LA CULTURA
HIST. POL. MUNDO ACTUAL
COMERCIO EXTERIOR
FINANZAS INTERNACIONALES

MARIA LORENA MADRIGAL
MIGUEL CUADRA SOLIS
CARLOS RODRIGUEZ

II CUATRIMESTRE

DERECHO DE TRATADOS
DERECHOS HUMANOS
TECNICA DE NEGOCIACIONES
SEMINARIO DE COOP. INTERNAC.

ROLANDO CORELLA
ROLANDO CORELLA
JORGE BRENES P.
MIGUEL CUADRA SOLIS

III CUATRIMESTRE

SEMINARIO DE INVESTIAGACION

LORENA MADRIGAL

OBJETIVO DEL CURSO

El desarrollo de esta materia tendrá como base tres modelos institucionales referidas a la función de relaciones públicas. Primero, se estudiará la planificación de programas de relaciones públicas para instituciones que no tienen servicios de relaciones públicas. Segundo, se analizarán programas para instituciones que dispone de una actividad esporádica y parcial de relaciones públicas, como por ejemplo, cuentan con un periodista que les labora medio tiempo, o que el jefe de personal funge en algunos casos como relacionista público. Y el tercer modelo es esbozar programas en tareas específicas para instituciones que cuentan con una avanzada experiencia en relaciones públicas, como ocurre con la Caja Costarricense de Seguro Social. Obviamente, se incluye empresas públicas y privadas en sus diversas modalidades.

CONTENIDO DEL CURSO

- 1- Revisión y nivelación de los conocimientos de fundamentos de administración.
- 2- Caracterización de los modelos institucionales de Costa Rica en función de las relaciones públicas
- 3- Modelos de comunicación en relaciones publicas.
- 4- La etapa trasmisora: adopción de la actitud de solución de a problemas.
- 5- Análisis de los principios y fundamentos de motivación, aprendizaje y percención.
- 6- Consideraciones semánticas y antropológicas del mensaje.
- 7- Comunicación de persona a persona y auditores especializados.
- 8- La disonancia congnotitiva y la difusión de innovaciones.

EVALUACION

2 EXAMENES PARCIALES	25%	50%
EXAMEN FINA		30%
PROYECTO		20%

BIBLIOGRAFIA

Robinson, Edward; Comunicación y Relaciones Públicas; México, 1971

INSTITUTO LATINOAMERICANO DE PLANIFICACION ECONOMICA Y SOCIAL. Guía para la presentación de Proyectos (4 a. edición), 1976.

HISTORIA DE LA CULTURA

OBJETIVO DEL CURSO

Concepto de cultura. La cultura básica. El medioevo. El renacimiento y el humanismo. El racionalismo. El iluminismo. La revolución industrial. El siglo burgués (siglo XIX). La era victoriana y la belle époque. El colonialismo. El romanticismo. El realismo. La literatura francesa, inglesa y alemana. El siglo XX. Las manifestaciones artísticas. La tercera revolución industrial.

CONTENIDO DEL CURSO

1- Concepto general e interpretaciones de la palabra cultura. Cultura y Ciencia. Cultura e historia. Cultura y civilización. La historia como historia de la cultura. Valores y cultura. Cultura como espíritu objetivo. La causa en los fenómenos culturales: casualidad y causación (Bunge)

2- Las manifestaciones culturales de la antigüedad. Las civilizaciones de los grandes ríos. El mundo griego y romano. La cultura en la Edad Media europea. La arquitectura, la escultura y la pintura gótica. La religión y la ciencia. Sinopsis de las culturas de América y del resto del mundo conocido europeo hasta el siglo XV.

3- El Renacimiento, el Humanismo y el mundo durante los grandes descubrimientos geográficos. El hombre nuevo del Renacimiento y su mundo. La revolución en el arte y en las ciencias. Los grandes descubrimientos geográficos y la expansión de la "ecumene" civilizada. La época clásica y el barroco latinoamericano (México, Guatemala, Brazil, Ecuador, Perú y Argentina). Manifestaciones más destacadas de ese arte americano. La formación de los idiomas nacionales. La literatura del Siglo de Oro: Cervantes, López de Vega. La Inglaterra isabelina y William Shakespeare. Lutero y la Biblia en alemán. Bossuet, Ronsard y la Pleyada.

4- La transición a la Edad Contemporánea: el racionalismo del siglo XVII y el Iluminismo del siglo XVIII. La modernización del arte y de las ciencias. La Revolución Industrial y las Revoluciones política de fin del siglo XVIII. La era Napoleónica.

5- El siglo burgués por excelencia (siglo XIX): la expansión industrial. La era victoriana y la "belle époque". El colonialismo. Las nuevas manifestaciones artísticas: el romanticismo, el realismo. La novela francesa, inglesa y alemana. Sus máximas expresiones.

6- El siglo XX: el periodo de entre guerras (1914-1939). Las nuevas manifestaciones artísticas (cubismo, dadaísmo, el grupo Die Brücke, surrealismo, expresionismo). Picasso y Dalí, Matisse, Cézanne, Bracque. La tercera Revolución Industrial (electrónica, óptica, química). Las proyecciones hacia fines del siglo. El hombre y el espacio. El gran paso hacia el futuro de las perspectivas actuales.

EVALUACION

2 EXAMENS PARCIALES	25%	50%
EXAMEN FINAL		30%
ASISTENCIA Y PARTICIPACION		20%

BIBLIOGRAFIA

Mc Nall, Burns: Civilizaciones de Occidente. Su historia y su cultura: Buenos Aires, 1976.

Firenne, Jacques: Historia Universal: México, 1980.

Crouzet, Maurica (dir): Historia General de las Civilizaciones: Barcelona, 1967.

-SEMILOGIA DE LA COMUNICACION

OBJETIVO DEL CURSO

Tan importante como el estudio del proceso de comunicación, es el conocimiento del entorno común a los comunicantes, el cual alcanza su plenitud a través del proceso de significación. Una vez cubierto este objetivo, puede situarse el mensaje por encima del mecanismo convencional estímulo-respuesta.

La incursión en este tema propicia la semiología de la comunicación de masas y que es indispensable que conozca el futuro relacionista público por cuanto, se hará básicamente un profesional de la comunicación humana.

El objetivo es que el estudiante sea capaz de analizar con base en los fundamentos semiológicos, el proceso de la comunicación colectiva.

CONTENIDO DEL CURSO

- 1- Semiología de la comunicación
- 2- Dimensión comunicativa
- 3- Propósito de la semiología
- 4- La señal
- 5- Sistemas de comunicación no lingüísticos
- 6- Semiología de la comunicación de masas
- 7- El proceso de semiosis
- 8- El signo en las relaciones públicas
- 9- El proceso de semiosis
- 10- Modelos de análisis comunicacionales

EVALUACION

2 EXAMENES PARCIALES	20%	40%
EXAMEN FINAL		30%
PROYECTO		30%

BILIOGRAFIA

Scharam, Wilbur y Roberts, Donald: El proceso y efecto de la comunicación. Illinois, 1971.

Podestá, Roberto y Guerrero Rudy: Semiología y Comunicación. Collegium Latinum (U.A.C.A), 1983.

Haskins, Jack; Como evaluar los medios de comunicación. Fundación de Investigación Publicitaria, 1968.

MODELO RELACIONES PUBLICAS II

OBJETIVO DEL CURSO

El desarrollo de esta materia tendrá como base tres modelos institucionales referidas a la función de relaciones públicas. Primero, se estudiará la planificación de programas de relaciones públicas para instituciones que no tienen servicios de relaciones públicas. Segundo, se analizarán programas para instituciones que dispone de una actividad esporádica y parcial de relaciones públicas, como por ejemplo, cuentan con un periodista que les labore medio tiempo, o que el jefe de personal funge en algunos casos como relacionista público. Y el tercer modelo es esbozar programas en tareas específicas para instituciones que cuentan con una avanzada experiencia en relaciones públicas, como ocurre con la Caja Costarricense de Seguro Social. Obviamente, se incluye empresas públicas y privadas en sus diversas modalidades.

CONTENIDO DEL CURSO

- 1- Estrategias de desarrollo y planificación.
- 2- Los programas de desarrollo y los proyectos.
- 3- Proyectos y programas derivados de la planificación.
- 4- El proyecto de Relaciones Públicas:
 - a- Antecedentes y elementos básicos para la elaboración de proyectos
 - b- Aspectos interdependientes del proyecto.
- 5- Elementos técnicos de un proyecto.
- 6- Elementos y antecedentes financieros del proyecto.
- 7- Procedimientos de evaluación.
- 8- Plan de Ejecución:
 - a- Inventario y especificación de actividades: Estimación de tiempo empleado
 - b- Análisis de las secuencias de actividades
 - c- Cálculo de las fechas características, identificación de los caminos críticos y organización de un calendario
 - d- Exposición y defensa de un proyecto de relaciones públicas

EVALUACION

2 EXAMENES PARCIALES	25%	50%
EXAMEN FINAL		30%
PROYECTO		20%

BIBLIOGRAFIA

Robinson, Edward; Comunicación y Relaciones Públicas; México, 1971

INSTITUTO LATINOAMERICANO DE PLANIFICACION ECONOMICA Y SOCIAL. Guía para la presentación de Proyectos (4 a. edición), 1976.

PSICOLOGIA DEL DESARROLLO Y LA PERSONALIDAD

OBJETIVO DEL CURSO

El curso comprende el análisis y discusión de las principales teorías sobre el desarrollo de la personalidad así como el análisis de los factores genéticos y socio-culturales que constituyen e influyen en la formación de la personalidad.

CONTENIDO DEL CURSO

1- La personalidad

- a- El concepto de personalidad
- b- Los factores de la personalidad

2- Teorías del individuo y la personalidad

- a) El psicoanálisis. S. Freud. El inconsciente. Esquema psicológico interno. El YO. El Ello. El super-YO. El principio del placer y el instinto de muerte. Críticas al psicoanálisis. Contribución de Freud a la psicología.
- b) Psicología individual. Alfred Adler. Situación psicológica. El curso de la vida. Psicología de los impulsos. Técnicas y fines de la psicología individual. Contribución de Adler a la Psicología del individuo.
- c) Psicología analítica. Carlos G. Jung. Los tipos de inconsciente. El ícs. colectivo. Arquetipos. Contribución de Jung a la psicología del individuo.

3- Naturaleza de la personalidad

a) Determinantes de la formación de la personalidad

- a.1) Los factores genéticos de la personalidad. Relación estructural de actitudes sentimientos y deseos
- a.2) Interrelación entre los determinantes constitutivos (genéticos), y los determinantes socio-culturales de la personalidad.

a.2.1.) El desarrollo de la personalidad. Problemas del análisis longitudinal. Influencias natales y pre-natales. El primer año de vida. Etapa de los 2 a los 4 años. De los 5 a los 7 años. La pre-adolescencia: de los 8 a los 14 años. Adolescencia. Madurez y Ancianidad.

a.2.2.) La familia y su papel en el desarrollo de la personalidad del niño. Función de la familia con respecto a la sociedad.

- a.3) Personalidad y cultura. El problema de la socialización. Nueve principios fundamentales de la interacción entre cultura y personalidad. El papel del lenguaje en la formación

de la personalidad. Influencias de la educación formal.
Influencias de las instituciones sociales en la personalidad
Religión, partidos políticos, el papel del grupo.

a.4) Personalidad, organización, integración y complejidad social

a.5) Cambio social y desarrollo personal

4- Problemas de la personalidad

a) Concepto de anormalidad

b) Origen individualidad y social de la Neurosis y la Psicosis. La personalidad del inadaptado.

EVALUACION

2 parciales	25%	50%
Examen final		30%
Asistencia y participación		20%

BIBLIOGRAFIA

Argyle, Michael: Psicología del Comportamiento Interpersonal.
Madrid, 1978

Eysenck, H.J.: The Structure of Human Personality London. Methuen and
Co.

Lersch, Philipp: Psicología Social. Barcelona, 1973.

SEMINARIO DE CAMPAÑA DE RELACIONES PUBLICAS

OBJETIVO DEL CURSO

- 1- Curso dirigido al refrescamiento y ampliación de la visión de las campañas de Relaciones Públicas ofensivas, preventivas y defensivas.
- 2- Práctica de campañas de relaciones públicas internas y externas. Las tareas de comunicación para instrumentalizar un programa de relaciones públicas.

EVALUACION

2 parciales	20%	40%
Examen final		30%
Proyecto		30%

BIBLIOGRAFIA

- Marston, John, Relaciones Públicas Modernas, México, 1981.
- Lesly, Philipp: Nuevo Manual de Relaciones Públicas. Barcelona 1981
- Moore y Canfield: Relaciones Públicas: Principios, casos y problemas México, 1980.
- Cirigliano, Gustavo: Relaciones Públicas, Buenos Aires, 1977
- Flores, Francisco: Relaciones Públicas: Ciencia de la Integración Humana. Lima, 1981
- Lozano, Fernando: Manuel práctico de Relaciones Públicas. Madrid, 1980
- Ríos, Jorge: Relaciones Públicas. Su administración en las organizaciones. México, 1978.

PRACTICA PROFESIONAL

OBJETIVO DEL CURSO

El curso de práctica profesional en la carrera de Relaciones Públicas está dirigido a que el estudiante del nivel de licenciatura planifique, ejecute y desarrolle actividades propias de un profesional en Relaciones Públicas, directamente en su campo de trabajo. De tal modo que ponga en práctica todas aquellas enseñanzas teóricas que aprendió, reforzando aspectos en las clases teóricas fundamentalmente dirigidas a apoyar el trabajo de campo y ofrecer oportunidades para que los alumnos compartan las experiencias vividas en las instituciones de prácticas. El curso propicia, además, la oportunidad de explorar la realidad nacional en el campo de la comunicación social y el papel del relacionista público en diferentes modelos institucionales.

CONTENIDO DEL CURSO

- 1- Perfil de la empresa. Visita de observación y estudio
- 2- Informe escrito de la función de Relaciones Públicas
- 3- Redacción de 12 comunicados de prensa por mes
- 4- Organizar dos conferencias o ruedas de prensa durante el cuatrimestre
- 5- Preparar un proyecto de manual "Esta es nuestra empresa"
- 6- Elaborar un programa de actividades para un congreso, feria, exposición o convención
- 7- En coordinación con los directivos de la institución, iniciar un periódico mural que deberá renovarse semanalmente.
- 8- Coordinar cuatro reuniones tanto público interno o externo
- 9- Presentar informe de atención y explicación de la organización de la empresa a cuatro personas importantes
- 10- Planear y ejecutar un curso de relaciones humanas de tres días para personal administrativo
- 11- Planear y ejecutar una actividad cultural para público interno
- 12- Participar en la redacción de la memoria anual de la empresa

EVALUACION

2 parciales	25%	50%
Examen final		30%
Proyecto		20%

SEMINARIO DE INVESTIGACION

OBJETIVO DEL CURSO

En este seminario el estudiante elaborará un proyecto de tesis que debe contemplar al menos los siguientes puntos básicos:

- Planteamiento del problema
- Revisión de literatura o marco teórico
- Marco Metodológico
- Análisis de los datos
- Conclusiones
- Recomendaciones

DE LAS PRUEBAS FINALES DE GRADUACION

LICENCIATURA EN RELACIONES PUBLICAS

Presentación y aprobación de la Tesis.

REGLAMENTO SOBRE EL TRABAJO COMUNAL UNIVERSITARIO



DISPOSICIONES GENERALES:

Artículo 1:

Establécese un régimen de trabajo comunal o servicio obligatorio como una forma de contribuir la Universidad al estudio y a la solución de los problemas nacionales.

Artículo 2:

Los estudiantes estarán obligados a realizar el Trabajo Comunal Universitario como requisito para su graduación, en todos aquellos casos en que dicho grado sea terminal. No se exigirá este requisito a los estudiantes extranjeros o a quienes demuestren fehacientemente que cumplieron con ese requisito con anterioridad en cualquier Universidad estatal o privada del país, debidamente reconocida.

Artículo 3:

Por ser grado terminales, para la Licenciatura, la Maestría o el Doctorado, debe cumplirse con el trabajo comunal Universitario. No obstante, si quien ingresa a los programas correspondientes a esos grados lo hace con grado de Licenciado, no deberá someterse al requisito por haberlo ya satisfecho.

DE LAS MODALIDADES DE TRABAJO COMUNAL UNIVERSITARIO, SUPERVISION Y CONTROL:

Artículo 4:

Para satisfacer el trabajo comunal universitario el estudiante deberá desempeñar ciento cincuenta horas en alguna de las siguientes modalidades:

- a- Trabajos de investigación aplicada a problemas de interés nacional.
- b- Práctica profesional de interés comunal, social o estudiantil.
- c- Trabajos en la comunidad.
- d- Servicios a la comunidad universitaria o estudiantil.

Artículo 5:

El cumplimiento del trabajo comunal deberá hacerse bajo la guía y responsabilidad de un docente o docentes que designe la Universidad.

Artículo 6:

Los servicios a la comunidad universitaria o estudiantil serán desempeñados

por estudiantes con al menos el grado académico de bachiller consistirán en:



Dedicar el número de horas que se especifiquen en cada caso a la colaboración con los profesores en las labores de enseñanza práctica, investigación, organización y preparación de material docente. Asimismo otras actividades que redunden en beneficio de la población universitaria y estudiantil.

Artículo 7:

Los trabajos de investigación aplicada a problemas de interés nacional, deberán ser guiados por uno o varios docentes que nombre la Universidad. Los trabajos deberán responder a problemas de interés nacional o comunal y deberán entregarse en forma escrita a la Universidad.

Artículo 8:

Las prácticas profesionales de interés comunal, social o estudiantil, podrán efectuarse en cualquier lugar del país, siempre que cuenten con la guía de un tutor de la Universidad.

Artículo 9:

El docente o tutor a cargo del Trabajo Comunal Universitario deberá certificar ante la Universidad sobre el cumplimiento, por parte del alumno, de este requisito. La responsabilidad en cuanto al adecuado cumplimiento de este trabajo recaerá sobre él.

NECESIDADES DE BIBLIOTECA
Y LABORATORIO

NECESIDADES DE BIBLIOTECA
Y LABORATORIO DE LA
CARRERA DE RELACIONES PUBLICAS

1- BIBLIOGRAFIA

ALGEBRA, Aurelio Baldor

CHAVERRI, GIL, Matemática décimo año.

SWOKOWSKI, Earl W. ALGEBRA Y TRIGONOMETRIA CON GEOMETRIA ANALITICA.

ALVAREZ, E. Apuntes de Estadística. (Poligrafiado), 1989

GOMEZ, M. Elementos de Estadística. Costa Rica, EUNED, 1984

Administración, Teoría y Práctica. Robbins Stephew, Primera Edición 1984. Printice Hall Hispanoamericana, México.

Elementos de Administración Moderna. Koontz, Odonnell. México, Mc. Graw Hill, 1979

Principios de Administración. Terry George, México, Cecs, tercera Edición, 1984.

KOTHE, PHILIP: "Fundamentos de Mercadotecnia", Ed. Prentice Hall.
"Dirección de Mercadotecnia", Ed. Diana

STATON, WILLIAM: "Fundamentos de Marketing", Ed. Mc Graw Hill.

MC CARTH, JEROME "Comercialización", Ed. El Ateneo.

CHIAVENATO, Idalberto. Administración de Recursos Humanos. México: Mc Graw-Hill.

CHUDEN, Herberth J. / SHERMAN, Arthur, Administración de Personal. México: CECSA.

FLIPPO, Edwin B. Principios de Administración de Personal, México: Mc Graw-Hill.

WERTHER, William B. / Davis, Keith. Administración Personal y Recursos Humanos. México: Mc Graw-Hill.

Administración de Mercadeo, Joseph P. Guiltinal-Jordan Paul

Mercadotecnia, Conceptos y aplicaciones, Charles Scheve-Reuben Smith.

CAMPOS, Armando. Introducción a la Psicología Social, EUNED, 1985.

MORRIS, PSICOLOGIA: Un nuevo enfoque. ED. PRENTICE HALL.

CAMPOS, Armando. Introducción a la Psicología Social. UNED, 1985.

ROBBINS. Comportamiento organizacional. Ed. Prentice Hall. 3a Ed.

MORRIS. Psicología: Un nuevo enfoque. Ed. Prentice Hall.

SEGURA CORDERO, Raúl, Antología Técnicas de Comunicación, UACA, 1988.

RUSELL Y VERRILL, OTTO KLEPPNER'S PUBLICIDAD, Prentice Hall, México.

LOA LARGAESPADA, Jorge, Publicidad y Promoción, EUNED, 1987, San José.

ANDER EGG, Ezequiel, Introducción a las Técnicas de Investigación Social, 1978.

ARELLANO, Jaime, Elementos de Investigación, San José: UNED 1980.

BUNGE, Mario, La ciencia, su Método y su Filosofía, Buenos Aires, Losada 1976.

DUVERGAR, Maurice, Metodos de las Ciencias Sociales, México Ariel 1980.

PARDINAS, Felipe, Introducción a la Metodología y Técnicas de Investigación en las Ciencias Sociales., México, 1975.

PODESTA, Roberto, Fundamentos del Saber Científico, Principios de Lógica Simbolica, La Naturalez de la Ciencia. Folleto publicado por el Colegio Latino.

ROBBINS, Stephen R. Comportamiento organizacional. México: Prentice-Hal

CARNAGIE, Dale. Como ganar amigos e influir en las personas. Buenos Aires, Ed. Sudamericana.

SORIA, Víctor M. Relaciones Humanas, México, LIMUSA.

SMITH J., Manuel Cuando digo NO, me siento culpable. Barcelona, Ed. Grijalbo S.A.

MANDINO, Og. La Universidad del éxito. México: Diana.

STANLEY, Johnson, HARRIS, Julián , El reportero profesional

HUGH, C. Sherwood. La Entrevista

LOZANO, Pedro. Pedro El ecosistema informativo.

ORIVEW RIVA, Pedro. Estructura de la información periodística.

Comunicación institucional. Enfoque social de las RRPP. Muriel y Rota.

Relaciones Públicas modernas. John E. Marston.

Relaciones Públicas. Su administración en las organizaciones. Jorge Ríos.

Manual Práctico de Relaciones Públicas. Fernando Lozano.

LUIS RECASENS SICHES. Introducción al Estudio del Derecho.

EDUARDO GARCIA MAYNES. Introducción al Estudio del Derecho.

Análisis y propuestas. Lic. José Andrés Carrillo Chaves.

Introducción al Derecho. Carlos Mouchet-Ricardo Zorraquin, Buenos Aires

Teoría del Derecho. Edgar Bodenheimer. Fondo de Cultura Económica.

BERGERON, JEAN LOUIS Y OTROS. LOS ASPECTOS HUMANOS DE LA ORGANIZACION
SAN JOSE, ICAP.

STRAUSS, GEORGE/ SAYLES, LEONARD R., PROBLEMAS HUMANOS DE LA ADMINIS-
TRACION. MEXICO, PRENTICE-HALL.

BERGERON, JEAN LOUIS Y OTROS. LOS ASPECTOS HUMANOS DE LA ORGANIZACION
SAN JOSE, ICAP.

STRAUSS, GEORGE/ SAYLES, LEONARD R., PROBLEMAS HUMANOS DE LA ADMINIS-
TRACION. MEXICO, PRENTICE-HALL.

BERGERON, JEAN LOUIS Y OTROS. LOS ASPECTOS HUMANOS DE LA ORGANIZACION
SAN JOSE, ICAP.

STRAUSS, GEORGE/ SAYLES, LEONARD R., PROBLEMAS HUMANOS DE LA ADMINIS-
TRACION. MEXICO, PRENTICE-HALL.

BERNAL J. MIGUEL y MILLETH T. ALLAN, Lecturas sobre Desarrollo
Organizal

CODIGO DE ETICA DE PUBLICISTA. LEGISLACION PUBLICA.

INCERA VILLALTA, Lilliana y otros. De las Relaciones Públicas a la
Comunicación organizacional en las Instituciones de servicio Público en
Costa Rica. Tesis UCR, 1985

HERNANDEZ OROZCO, Carlos, Planificación y Programación. Ed. San José,
Costa Rica. EUNED, 1986.

ORGANIZACION DE LA ADMINISTRACION PUBLICA COSTARRICENSE (IV ED.)
MIDEPLAN, 1986.

SICIOLOGIA DE LA COMUNICACION. Gerhard Maletzke.

SOCIOLOGIA DE LA COMUNICACION. Miguel de Moragas SPA.

EL PROCESO DE LA COMUNICACION. David Berlo.

TECNICAS DE INVESTIGACION PARA CIENCIAS SOCIALES. Felipe Pardinaz.

TEORIAS DE LA COMUNICACION MASIVA. Melvin Defleur.

LAS FORMAS OCULTAS DE LA PROPAGANDA. Vance Packard.

LA ESTRUCTURA AUSENTE. Umberto Eco.

LA SEMIOLOGIA. Pierd Gieurd.

RIVADENEIRA, Raul. La Opinión Pública, Ed. Trillas, México, 1979.

ROJAS SORIANO, Raúl. Guía para realizar investigaciones sociales, Ed. textos Universitarios, México, 1982.

BENSON, Oliver. La investigación Científica. Ed. Ariel, España 1976.

MURIEL, María Luisa y ROTA, Gilda, Comunicación Institucional- Ciespal, Quito, 1980.

ROBINSON, Edward J., Comunicación y Relaciones Públicas Ceesa, México, 1984.

VOROS, Gerald J. y ALVAREZ, Paul, Qué sucede en Relaciones Públicas - Ceesa, México.

MIDDLETON, John, Enfoques sobre la Planificación de la Comunicación Ciespal, Quito.

TERRY & FRANKLIN, Principios de Administración - Ceesa, México 1987.

DOUGLAS, William, Democracia y Desarrollo, San José, Libro Libre, 1984

CERSOSIMO, Gaetano, Los Estereotipos del Costarricense. San José UCR.

MONDOFLO, Rodolfo. Aristoteles, en el Pensamientos Antiguo, Buenos Aires, LLosada, 1974.

MURIEL, María Luisa y Rota Gilda, Comunicación Institucional. Enfoque Social de las Relaciones Públicas. Quito: Ciespal, 1980.

2- NECESIDADES DE LABORATORIO

COMPUTADORAS

Las computadores que se utilizan son:

- 1- 6 Computadoras marcas Sansums, de dos unidades de diskette de 5¼, con 512 memoria.
- 2- 6 Monitores a color marca IBM.
- 3- 6 Teclados Ferrari.
- 4- 2 Impresoras.

y se utilizarán. Las cuales son propiedad de la Junta Administrativa.

2- NECESIDADES DE LABORATORIO

COMPUTADORAS

Las computadores que se utilizan son:

- 1- 6 Computadoras marcas Sansums, de dos unidades de diskette de 5¼, con 512 memoria.
- 2- 6 Monitores a color marca IBM.
- 3- 6 Teclados Ferrari.
- 4- 2 Impresoras.

y se utilizarán. Las cuales son propiedad de la Junta Administrativa.

EQUIPO DE FILMACION

- 1- 4 Baterías, modelo BP 60 ps.
- 2- 2 Videograbadoras Editoras Betamax, modelo SLO-383.
- 3- 1 Videograbadora Portatil Betamax, modelo SLO-340.
- 4- 1 Cámara de color modelo DXC-1640.
- 5- 1 Control de Edición RM-440.
- 6- 1 kit de luces, modelo TL-90.
 - 6.1 dos pedestales.
 - 6.2 dos focos.
 - 6.3 dos cables de 2.5 mts trifacico.
 - 6.4 dos bombillos de 1000w.
- 7- 2 monitores de color marca Sony.
- 8- 1 cargador de baterias.

18 de setiembre de 1989

Señor
Rafael Garzona
Secretario Técnico Consejo Nacional
de la Enseñanza Superior
Universitaria Privada
Ministerio de Educación
S. O.

Estimado señor:

Por la presente solicitamos a ese Consejo la aprobación de tarifas para la Universidad Latina de Costa Rica, a partir del primer cuatrimestre de 1990.

A continuación se detalla los rubros a sus respectivas imposiciones:

CONCEPTO	PRESUPUESTO
MATRICULA	¢ 6.000=
MATERIA para grado Bachillerato	8.000=
para grado Licenciatura	15.000=
para grado Maestría	25.000=
Certificaciones	1.000=
Exámenes extraordinarios y suficiencia	1.000=
Modificación de Materia	500=
Presentación de pruebas finales de graduación: grado Bachiller	20.000=
Presentación de pruebas finales de graduación: grado Licenciatura	30.000=
Presentación de pruebas finales de graduación: grado Maestría	40.000=
Uso de Laboratorio	1.000=
Reposición de Documentos de Identificación	500=
Emisión de título (o reposición)	4.000=
Convalidación de Estudios	3.000=

Los cánones autorizados para la matrícula o los honorarios de la Universidad tendrán un recargo del 15% si el pago se efectúa dentro de los quince días naturales anteriores al inicio de lecciones del respectivo ciclo y del 25% si dentro de los siete días naturales anteriores o después de iniciados el ciclo respectivo. La Universidad podrá eximir de este recargo o disminuirlo si lo considera conveniente.

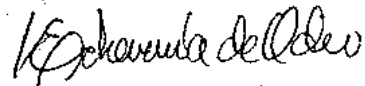
Cabe aclarar que los aranceles que se solicitan no se van a poner en vigencia de una sola vez, sino se proyectarán ajustándose a la realidad y a las normativas vigentes.

Con las tarifas solicitadas quedará garantizado el funcionamiento adecuado de la Universidad Latina de Costa Rica conforme se expresa en el artículo tercero inciso ch) de la Ley #6693 que creó ese Consejo, por lo que pedimos su tramitación y aprobación de acuerdo con la citada Ley, las normas que la complementan y los artículos 330 y 331 de la Ley General de la Administración Pública.



Dr. Marco A. Fallas Barrantes
Rector
Universidad Latina de Costa Rica

Atentamente,



Lic. M. Virginia Echeverría H.
Presidente entidad Administradora
Fundación para el Desarrollo
de las Ciencias y las letras

Adjunto: Presupuesto de Costos
Detalle de ingresos, de salarios y cargas sociales
Detalle de gastos de administración docencia
Detalle de gastos de Administración General

COMPARACION DEL PROGRAMA DE BACHILLERATO Y LICENCIATURA EN RELACIONES PUBLICAS DE LA UNIVERSIDAD LATINA DE COSTA RICA CON EL PROGRAMA DE ESTA MISMA CARRERA EN LA UNIVERSIDAD DE COSTA RICA

UNIVERSIDAD LATINA DE COSTA RICA

Para ingresar a este programa deben cumplirse los siguientes requisitos:

- Conclusión de estudios de Educación Diversificada

Se ofrece un grado académico en Relaciones Públicas en general

A nivel de bachillerato y licenciatura se pretende formar un profesional generalista cuyas áreas de formación principalísimas incluyen: Comunicación, Técnicas de Relaciones Públicas e Investigación.

Para graduarse a nivel de bachillerato se necesita un total de 120 créditos distribuidos así:

-Créditos socio-humanísticos:	25%
-Créditos científicos investigativos:	20%
-Créditos técnico profesionales:	54

Para graduarse a nivel de licenciatura se necesita un total de 80 créditos posteriores al bachillerato.

Para graduarse a nivel de bachillerato el estudiante además de aprobar los requisitos de la carrera y plan de estudios correspondiente debe aprobar pruebas finales de graduación las cuales tienen un valor de doce créditos.

UNIVERSIDAD DE COSTA RICA

Para ingresar a este programa deben cumplirse los siguientes requisitos:

- Conclusión de estudios de Educación Diversificada

Se ofrece un grado académico con varios énfasis.

A nivel de bachillerato se formará un profesional generalista en Ciencias de la Comunicación Colectiva.

A nivel de licenciatura se pretende formar un profesional especialista. El estudiante puede optar por una licenciatura en Investigación y Planificación con énfasis en Relaciones Públicas o Comunicación

Para graduarse a nivel de bachillerato se necesita un total de 130 créditos distribuidos así:

-Créditos socio-humanísticos:	22.57%
-Créditos científico-investigativos:	25.69%
-Créditos técnico-profesionales:	42.01%

Para graduarse a nivel de licenciatura se necesita un total de 30 créditos posteriores al bachillerato.

Para graduarse a nivel de bachillerato el estudiante no debe someterse a pruebas finales de graduación.

MINISTERIO DE EDUCACION PUBLICA
Consejo Nacional de Enseñanza Superior
Universitaria Privada
San José, Costa Rica

No. 146-91-CONESUP

28 de junio de 1991

Señor
José Andrés Masís B., M.Sc.
Secretario Ejecutivo, OPE3
S. O.

Estimado señor:

Con el ruego de que se manifiesten sobre el asunto en cuestión, le traslado copia de la solicitud hecha por la Universidad Latina de Costa Rica (UNILAT), para que se le autorice cambiar el nombre del título de "Bachillerato y Licenciatura en Relaciones Públicas" por el de "Bachiller o Licenciado en Ciencias de la Comunicación Colectiva con énfasis en Relaciones Públicas".

Lo saluda,

CONESUP

RAFAEL GARZONA MESSEGUER
Secretario General

merce

Anexo: Uno

MINISTERIO DE EDUCACION PUBLICA
Consejo Nacional de Enseñanza Superior
Universitaria Privada
San José, Costa Rica

No. 147-91-CONESUP

28 de junio de 1991

Señor
Sr. Ricardo González Camacho
Presidente, Colegio de Periodistas
Presente

Estimado señor:

Con el ruego de que se manifiesten, en el término de 8 días hábiles, a partir de la fecha de recepción de este oficio, me permito trasladarle copia de la petición que hace la Universidad Latina de Costa Rica (UNILAT), para poder cambiar el nombre del título de "Bachillerato y la Licenciatura en Relaciones Públicas" por "Bachiller o Licenciado en Ciencias de la Comunicación Colectiva con énfasis en Relaciones Públicas".

Atentamente,

CONESUP

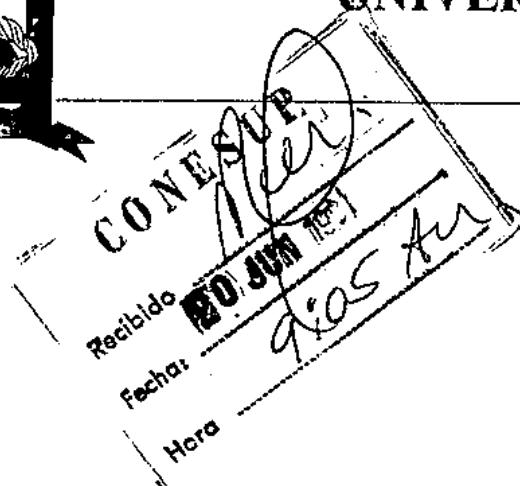
RAFAEL GARZONA MESSEGUER
Secretario General
CONESUP

merce

Anexo: uno



UNIVERSIDAD LATINA de Costa Rica
Collegium Latinum



17 de junio de 1991

Señor
Rafael Garzona Messenguer
Secretario General
Consejo Nacional de Educación
Superior Universitaria Privada
Presente

Estimado Secretario General:

Después de saludarlo muy cordialmente solicito, respetuosamente, la interposición de sus buenos oficios con el propósito de, que, por su medio, el CONESUP autorice a la Universidad Latina de Costa Rica a cambiar el nombre del título de Bachiller y Licenciatura en Relaciones Públicas por el de Bachiller o Licenciado en Ciencias de la Comunicación Colectiva con énfasis en relaciones públicas.

La presente solicitud obedece a que dicha denominación está más ajustada a la realidad curricular de dicha carrera, así como a los conceptos técnicos de la misma.

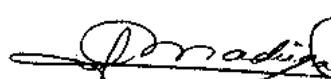
En efecto, como es sabido las relaciones públicas constituyen una rama o especialidad de las ciencias de la comunicación colectiva, como lo es, igualmente, la publicidad y el periodismo.

Por tanto, la forma correcta desde el punto de vista técnico, de guardar esta congruencia consiste en que en lo sucesivo esta Universidad cambie el nombre del título en la forma indicada.

No omito manifestar a usted que la organización y concepción de la Escuela de Ciencias de la Educación Colectiva de la Universidad de Costa Rica responde a estos postulados.

Me es grato suscribirme,

Atentamente,


Ma. Lorena Madrid, M.Sc.
RECTORA

