



UNIVERSIDAD AUTONOMA DE CENTRO AMERICA

San José, 14 de septiembre de 1984
84-577

522-

Licenciado
don Arnoldo Montero, Secretario Técnico
Consejo Nacional de la Enseñanza Superior
Universitaria Privada (CONESUP)
Sus Manos

Amador
20 SET. 1984

Estimado señor Secretario:

Por la presente, sometemos -para su aprobación por el CONESUP- el plan y programa de estudios básico de la carrera de: **Relaciones Públicas (Bachillerato y Licenciatura)**

conforme ha sido aprobado y se encuentra vigente, por el respectivo Consejo Académico (Consejo de Facultad) de la Universidad Autónoma de Centro América (UACA).

... Asimismo le acompañamos el programa de estudios con el cual dicha carrera se imparte en el Colegio de esta Universidad: **Leonardo Da Vinci**

para el cual también solicitamos, bajo protesta, la respectiva aprobación por el CONESUP, sin que ello implique que reconozca la UACA que al Consejo le compete dicha autoridad, por existir contienda jurisdiccional al respecto.

Esta solicitud de aprobación la solicita la UACA para evitar malentendidos y problemas a sus Colegios, sus maestros y alumnos, y para un cordial proceder con el CONESUP que comprendemos debe acatar la normativa positivamente vigente, aun cuando ella sea ilegítima.

La presente petición la hace la Universidad al amparo de los numerales 3° inciso c) y d) de la Ley N° 6693 de Universidades Privadas y los artículos 330 y 331 de la Ley General de Administración Pública.

Quedamos a su disposición para cualquier clarificación que considere necesaria a este respecto, sus cordiales servidores,

Fabio Fournier J.
Presidente

Guillermo Malavassi V.
Rector

Anexos: 1) Programa básico de estudios de la UACA (Pruebas para Grados)
2) Plan de Estudios y Programa de Estudios del Colegio concernido
3) Certificación del Presidente sobre afiliación y autorización de la carrera, y
4) Estadística sobre estudiantes que siguen la carrera en el Colegio concernido
cc: Colegio concernido

UNIVERSIDAD AUTONOMA DE CENTRO AMERICA

Fabio Fournier Jiménez, Presidente de la Fundación Universidad Autónoma de Centro América, CERTIFICA que:

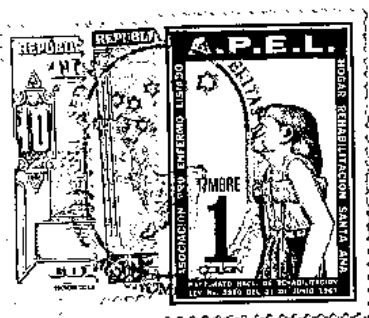
el Colegio: **LEONARDO DA VINCI**

fue afiliado a la Universidad el día: **8 de diciembre de 1978**

ofrece la CARRERA de: **RELACIONES PUBLICAS (Bachillerato y Licenciatura)**

conforme autorización para impartirla del correspondiente Consejo Académico, otorgada el día: **30 de abril de 1980.**

San José, a las **dos** horas del día **14 de septiembre de 1984.**



Fabio Fournier Jiménez
Presidente

ALUMNOS MATRICULADOS DURANTE EL II° CUATRIMESTRE
de 1984

Grado	Hombres	Mujeres	Vetera- nos	Nuevos	TOTAL
Bachillerato	9	61	59	11	70
Licenciatura	-	-	-	-	-
TOTALES	9	61	59	11	70



UNIVERSIDAD AUTONOMA DE CENTRO AMERICA

San José, 14 de septiembre de 1984
84-578

AMF
20 SET. 1984

Licenciado
don Arnoldo Montero, Secretario Técnico
Consejo Nacional de la Enseñanza Superior
Universitaria Privada (CONESUP)
Sus Manos

Ref.: C. Leonardo Da Vinci - Relac. Públicas

Estimado don Arnoldo:

Con referencia a su Oficio N° 48-84 de fecha 28 de agosto de 1984
... sírvase encontrar adjunto lo que en aquél me solicita.

Esta presentación la hacemos BAJO PROTESTA. Consideramos que el
CONESUP no necesitaba, ni necesita, para resolver nuestras solicitudes
la información y documentación que en dicho oficio nos requiere,

Cumplimos con su requerimiento únicamente para no retardar el pro-
cedimiento, pero sin que esto signifique renuncia alguna de nuestros de-
rechos y de las situaciones jurídicas consolidadas que obran en nuestro
favor.

De Ud. con toda consideración,

Guillermo Malavassi
Guillermo Malavassi,
Rector

cc: Lic. Mario Granados M.
Archivo

UNIVERSIDAD AUTONOMA DE CENTRO AMERICA

COLEGIO LEONARDO DA VINCI

R. M. D.
20 SET. 1984

"CARRERA DE RELACIONES PUBLICAS"

CONTENIDO

- 1.- Programa de la carrera de Relaciones Públicas en el que se presentan las asignaturas con sus códigos, unidades académicas, requisitos y programación académica (P, S, T: primero, segundo o tercer cuatrimes tre en que se imparten).
- 2.- Propósito u objetivo que se persigue con la enseñanza de cada materia.
- 3.- Descripción de cada materia.
- 4.- Bibliografía (esencial y de consulta).



UNIVERSIDAD AUTONOMA DE CENTRO AMERICA

COLEGIO LEONARDO DA VINCI

PROGRAMA DE RELACIONES PUBLICAS

Con frecuencia las acciones de las Relaciones Públicas son el modo más rápido y práctico para resolver ciertos problemas de la administración.

Esta carrera implica tener altas habilidades para la comunicación oral como escrita, conocimientos administrativos y aptitud para las relaciones interpersonales; para crear la imagen de la empresa, para identificar e identificarse con los intereses y actitudes de la sociedad,

Por ello es una profesión sumamente práctica de gran valor para la empresa privada o pública.

1er. AÑO

Primer Cuatrimestre

RP-102 Introducción a las relaciones públicas (PST), 3ua.

A-101 Fundamentos de administración (PST), 3ua.

M-101 Matemáticas elementales (PST), 3ua.

I-101 Inglés Básico (P).

Segundo Cuatrimestre

RP-103 Psicología social I (S), 3ua.

RP-104 Español aplicado (ST), 3 ua. Req. RP-101.

RP-203 Teoría de la comunicación (ST), 3ua, Req. A-101.

RP-204 Medios de comunicación masiva I, (ST), 3ua, Req. RP-102.

I-102 Inglés técnico.

Tercer Cuatrimestre

RP-201 Psicología social II (PT), 3ua. Req. RP-103.

A-303 Pensamiento social y económico (PT), 3ua. Req. A-101.

RP-202 Métodos y técnicas de investigación (PT), 3ua, Req. M-101, A-101 y RP-103.

Electiva

2do. AÑO

Primer Cuatrimestre

A-104 Administración de personal (PST), 3ua, Req. A-101.

A-302 Administración de mercadotecnia (PS), 3ua, Req. A-101.

RP-301 Medios de comunicación masiva II (PS), 3ua. Req. RP-204

Electiva

Segundo Cuatrimestre

RP-302 Teoría de relaciones públicas (ST), 3ua. Req. RP-102 y RP-203.

A-310 Publicidad (ST), 3ua. Req. A-302.

RP-303 Derecho público-administrativo (ST), 3ua. Req. A-104.

Electiva

Tercer Cuatrimestre

RP-305 Taller de práctica profesional (T), 3ua. Req. Autorización del Director de Estudios.

A-404 Comportamiento humano (PT), 3ua. Req. A-104.

Electiva

Electiva

MATERIAS ELECTIVAS (elegir cinco)

A-409 Psicología industrial (PS), 3ua. Req. A-101

A-307 Microeconomía (PS), 3ua. Req. M-101.

A-308 Control Gerencial (ST), 3ua. Req. A-203 y A-301.

A-306 Análisis de mercados (ST), 3ua. Req. A-302.

A-301 Administración financiera (PS), 3ua. Req. A-102.

A-402 Macroeconomía (PT), 3ua. Req. M-101.

A-104 Estadística (ST), 3ua. Req. M-101.

A-102 Contabilidad financiera (PST), 3ua.

A-403 Estrategias administrativas (T), 3ua. Req. A-301, A-202 y A-302.

A-202 Relaciones industriales (PT), 3ua. Req. A-104.

*** RP-101 Redacción Técnica-Administrativa (PST), 3ua.

GLOSARIO

RP : Relaciones Públicas para los códigos de materia

A : Administración para los códigos de materias

I : Inglés para los códigos de materia

I.I.: Ingeniería Industrial para los códigos de materia

I.C.: Ingeniería Civil para los códigos de materia

F.: De servicio de Física para los códigos de materia

M.: De servicio de Matemáticas para los códigos de materia

P.: Se da en el primer cuatrimestre

S.: se da en el segundo cuatrimestre

T.: Se da en el tercer cuatrimestre

U.A.: Unidad Académica

REQ.: Requisito

Q.: De servicio de química para los códigos de materia.

RELACIONES PUBLICAS

OBJETIVOS:

INTRODUCCION A LAS RELACIONES PUBLICAS

Desarrollar una comprensión por parte del estudiante de la importancia del papel del relacionista público como comunicador social y su status en el mercado laboral.

Capacitar en el estudiante en los principios que rigen la organización, funcionamiento y objetivos de las Relaciones Públicas tanto internas como externas dentro de una empresa o institución.

FUNDAMENTOS DE ADMINISTRACION

Capacitar al estudiante en el uso de los conceptos básicos de la administración, así como los problemas generales básicos.

MATEMATICAS ELEMENTALES

Desarrollar en el estudiante un uso instrumental de los conceptos básicos matemáticas para instrumentos de análisis y toma de decisiones.

REDACCION TECNICA-ADMINISTRATIVA

Crear conciencia en el estudio de la necesidad e importancia de poseer habilidades en el manejo del lenguaje y las técnicas de comunicación escrita y oral.

PSICOLOGIA SOCIAL I

Introducir al estudiante a los principales temas de la psicología social, comprendiendo las influencias personales en los grupos y la conexión intrínseca entre lo personal y lo social.

ESPAÑOL APLICADO

Desarrollar en el estudiante la habilidad de comunicarse eficientemente mediante las técnicas de expresión apropiadas.

TEORIA DE LA COMUNICACION

Capacitar al estudiante en los conocimientos teorico-practico de la comunicación y su aplicación a las relaciones públicas.

MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVA I

Familiarizar al estudiante en el uso de los medios de comunicación social audiovisuales.

Capacitar al estudiante para usar los medios de comunicación como instrumento del relacionista público.

MEDIOS DE COMUNICACION MASIVA II

Capacitar al estudiante en el uso de los medios escritos.

TEORIA DE LAS RELACIONES PUBLICAS

Desarrollar en el estudiante la capacidad de análisis de los diversos enfoques teóricos de las relaciones públicas.

PUBLICIDAD

Que el estudiante aprenda conocimiento teóricos de la publicidad, mercadeo y promoción; así como sus áreas afines con las relaciones públicas.

DERECHO PUBLICO-ADMINISTRATIVO

Introducir al estudiante en cuestiones prácticas sobre la significación del derecho en el estado, sobre la organización del poder estatal, y sobre las principales instituciones y principios del derecho administrativo.

TALLER DE PRACTICA PROFESIONAL

Poner al estudiante en contacto directo con el mundo profesional. Fomentar la iniciativa de los estudiantes para la organización de trabajos concretos.

COMPORTAMIENTO HUMANO

Proporcionar al estudiante una comprensión de los múltiples factores complejos y arriesgados que se presentan en la vida del ser humano, en sus aspectos individual, social, político y económico.

NOTA:

Los cursos de: Psicología Industrial, Microeconomía, Control Gerencial, Análisis de Mercado, Administración financiera, Macroeconomía, Estadística, Contabilidad financiera, Estrategias administrativas, Relaciones Industriales y Metodos y Técnicas de Investigación se encuentran descritas en los objetivos de la carrera de administración.

DESCRIPCION DE MATERIAS

RELACIONES PUBLICAS

PRIMER CUATRIMESTRE

INTRODUCCION A LAS RELACIONES PUBLICAS (RP-102)

Origen, función, filosofía y principios de las Relaciones Públicas. Sus instrumentos. Campañas y ética.

FUNDAMENTOS DE ADMINISTRACIÓN (A-101)

Enfoques del análisis administrativo. Planeación: Primicias, objetivos, estrategias, políticas. Organización: Propósito, departamentalización, relaciones de autoridad, descentralización. Integración: Naturaleza, selección, desarrollo y evaluación de la ejecutoria. Dirección y liderazgo: Motivación y comunicación. Control: sistema y técnicas de control de la ejecución.

MATEMATICAS ELEMENTALES (M-101)

Conceptos básicos de algebra: El sistema de números R. Ecuaciones. Inecuaciones. Funciones. Elementos Básicos de geometría analítica. Función exponencial y logarítmica.

REDACCION TECNICA-ADMINISTRATIVA (RP-101)

El manejo del lenguaje y las técnicas de expresión escrita y oral. Desarrollo de la capacidad analítica y crítica.

SEGUNDO CUATRIMESTRE

PSICOLOGIA SOCIAL I (RP-103)

Definición. Evolución histórica. Tendencias y campo de acción. Metodología. Bases de la conducta social. El proceso de socialización. Personalidad y cultura. Actitudes, opiniones y prejuicios. Psicología de la comunicación. Teoría de los grupos. Dinámica del grupo. Psicología de las situaciones sociales conflictivas. Patología social.

ESPAÑOL APLICADO (RP-104)

Teoría de la comunicación. Fonética. Ortografía. Morfosintaxis. Semántica. Técnicas y métodos para elaborar trabajos escritos.

TEORIA DE LA COMUNICACION (RP-203)

Comunicación social. Información cotidiana. Información y sociedad de masas. Factores del proceso informativo. Eficacia social de la información. Interferencia.

MEDIOS DE COMUNICACION MASIVA I (RP-204)

Estructura y funcionamiento de los medios de comunicación. Características de los principales medios de comunicación audiovisuales, sus ventajas y desventajas.

TERCER CUATRIMESTRE

PSICOLOGIA SOCIAL II (RP-201)

Psicología de la personalidad social. Psicología de la relación social. Análisis de las teorías Gestalt, del Refuerzo, Psicoanalítica y del Rol. Psicología social de las organizaciones.

PENSAMIENTO SOCIAL Y ECONOMICO (A-303)

Los modernos estados europeos y la colonización de América, África y Asia. Los sistemas proteccionistas coloniales. La revolución industrial. La revolución agraria. La revolución del transporte y del comercio. Los optimistas: Smith, Stuart Mill, Say. Los pesimistas: Malthus, Ricardo. La reacción intervencionista y socialista: Saint-Simon, Fourier, Prudhon, Blanc. El socialismo marxista. La social democracia alemana. El laborismo británico. El pensamiento económico social de la iglesia. El liberalismo económico y el proteccionismo intervencionismo: Keynes, Friedman.

METODOS Y TECNICAS DE INVESTIGACION (RP-202)

Diseño de la investigación. Técnicas de recolección de la información (Observación, entrevista, cuestionario, medición de actitudes, análisis de contenido). Análisis e interpretación de la información. Redacción del informe.

ELECTIVA

CUARTO CUATRIMESTRE

ADMINISTRACION DE PERSONAL (A-104)

Función de la administración de personal. Organización y estructura de un departamento de personal. Perspectivas de la dirección de recursos humanos. La organización como sistema. El individuo en la organización. Percepción y comunicación. Influencias, poder y liderazgo. Reclutamiento y selección de personal. Adiestramiento y capacitación de recursos humanos. Administración de sueldos y salarios. Relaciones laborales. Seguridad y higiene industrial. Registro y controles. Incentivos y beneficios suplementarios. El proceso de desarrollo organizacional.

ADMINISTRACION DE MERCADOTECNIA (A-302)

Responsabilidad del gerente de marketing. El ambiente y su información. El mercado: Personas y decisiones. El mercado industrial. El producto: Planeación, políticas y estrategias. Estructura de distribución: Mercados al detalle y mayoreo, administración de canales y distribución física. Actividades de promoción: Programación, venta personal y publicidad. Mercadotecnia internacional y de servicios. Planeación y evaluación del marketing.

MEDIOS DE COMUNICACION MASIVA II (RP-301)

Mass-media y sus efectos en la opinión pública. Medios escritos: Características, ventajas y desventajas.

ELECTIVA

QUINTO CUATRIMESTRE

TEORIA DE LAS RELACIONES PUBLICAS (RP-302)

Definiciones: RR.PP., propaganda y publicidad. Disciplinas integrantes. Actualidad de las relaciones públicas. Los medios de comunicación social. La opinión pública. Los públicos. Políticas de relaciones públicas. Las relaciones públicas en la práctica. Deontología profesional. Las RR.PP. y otras profesiones.

PUBLICIDAD (A-310)

Principios de publicidad. Sus medios. Eficacia de la publicidad. La promoción. Merchandising. Las ventas. Las relaciones públicas.

DERECHO PUBLICO-ADMINISTRATIVO (RP-303)

Conceptos básicos de derecho público y derecho administrativo. Regimen jurídico. Procedimiento administrativo. Justicia administrativa. Contratación administrativa.

ELECTIVA

SEXTO CUATRIMESTRE

TALLER DE PRACTICA PROFESIONAL (RP-305)

La campaña de RR.PP. Estudio y planteamiento de programas y campañas de RR.PP. Aspectos vinculantes entre las RR.PP. y a la publicidad. Análisis de campañas de propaganda política. Producción de material informativo y documental para diferentes audiencias. Actos especiales de RR.PP. Revista de empresa. Formas del ejercicio de la profesión.

COMPORTAMIENTO HUMANO (A-404)

La dignidad de la persona humana. La persona humana y la política. Fuentes del conocimiento de la persona. La persona: ser-individual, ser-social. Sociedad y autoridad. El estado y sus funciones. La democracia moderna. La economía social. Los factores económicos. Sistemas económicos-sociales. La economía nacional.

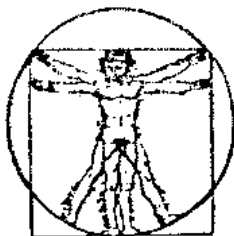
ELECTIVA

DERECHO-PUBLICO ADMINISTRATIVO (RP-303)

El fenómeno jurídico. La constitución. El estado costarricense. Limitación de los poderes del estado frente a los individuos. Generalidades del derecho administrativo. Principios generales del derecho administrativo. La administración financiera. La justicia administrativa.

NOTA:

La descripción de materias identificadas como electivas se encuentran descritas en la información de la carrera de Administración.



UNIVERSIDAD AUTONOMA DE CENTRO AMERICA
COLEGIO LEONARDO DA VINCI

PROGRAMA DE LICENTURA EN RELACIONES PUBLICAS

REQUISITO: Tener aprobado el bachillerato en Relaciones Públicas

PRIMER CUATRIMESTRE

- A-509 Legislación Laboral (P), 4 u.a.
- RP-502 Métodos de Investigación Avanzada (P), 4 u.a.
- RP-503 Teoría e Investigación de la Opinión Pública (P), 4 u.a.

SEGUNDO CUATRIMESTRE

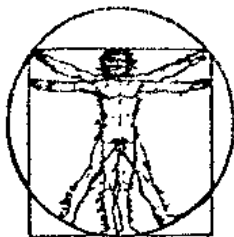
- RP-504 Análisis de los Medios de Comunicación (S), 4 u.a.
- A-506 Gerencia de Mercadeo (S), 4 u.a.
- RP-506 Gerencia de Recursos Humanos (S), 4 u.a.

TERCER CUATRIMESTRE

- RP-507 Relaciones Públicas Aplicadas (T), 4 u.a.
- RP-508 Retorica
- RP-509 Planeamiento de Eventos

CUARTO CUATRIMESTRE

- RP-510 Psicología del Consumidor (P), 4 u.a.
- RP-511 Protologo y Etiqueta
- RP-512 Publicidad Avanzada Requisito RP-502



UNIVERSIDAD AUTONOMA DE CENTRO AMERICA
COLEGIO LEONARDO DA VINCI

RELACIONES PUBLICAS
(LICENCIATURA)

OBJETIVOS

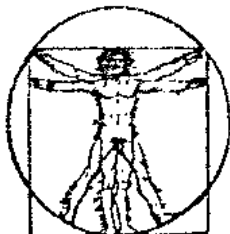
1. Legislación Laboral (A-509)
Capacitar al estudiante en los deberes y responsabilidades que conlleva una relación laboral para la empresa, para el empleado.
2. Métodos y Técnicas de Investigación avanzada (RP- 502)
Capacitar al estudiante en la aplicación de los métodos de investigación científica, social y de la conducta con el desempeño profesional de un relacionista público.
3. Teoría e Investigación Pública. (RP-503)
Capacitar al estudiante al análisis de los sucesos que son noticia e impactan a la sociedad para que puedan hacer una investigación objetiva.
4. Análisis de los medios de comunicación (RP-504)
Capacitar al estudiante en crear opinión pública a través de los medios de comunicación teniendo en cuenta la psicología de las multitudes.
5. Gerencia de Mercadeo (A-506)
Capacitar al estudiante en el diseño de la organización y el control de la gestión de mercadeo.
6. Gerencia de Recursos Humanos (RP-506)
Capacitar al estudiante en las técnicas de la promoción del recurso humano en el desempeño de su trabajo. Capacita al estudiante en el diseño de una campaña de promoción del recurso humano.
7. Relaciones Públicas Aplicadas (RP-507)
Capacitar al estudiante en el diseño de una campaña de Relaciones Públicas de una organización que no sea de índole comercial (social, deportiva, política, religiosa o similares).
8. Retorica (RP-508)
Capacitar al estudiante en el manejo de las técnicas de oratoria.
9. Planeamiento de eventos. (RP-509)
Capacitar al estudiante en el uso de las herramientas de programación y control de avance de proyectos que le permita llevar un evento hasta el logro de su objetivo.



UNIVERSIDAD AUTONOMA DE CENTRO AMERICA
COLEGIO LEONARDO DA VINCI

-2-

10. Psicología del Consumidor (RP-510)
Capacitar al estudiante en el uso de los modelos para determinar la Psicología de los eventuales consumidores ante un nuevo producto.
11. Protocolo y Etiqueta (RP-511)
Capacitar al estudiante en los fundamentos del protocolo y la etiqueta en eventos de orden público y en eventos de orden privado.
12. Publicidad Avanzada (RP-512)
Capacitar al estudiante en el diseño de anuncios que conlleven la creación de la imagen de una empresa.



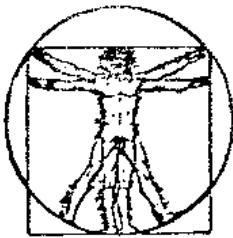
UNIVERSIDAD AUTONOMA DE CENTRO AMERICA
COLEGIO LEONARDO DA VINCI

RELACIONES PUBLICAS

(LICENCIATURA)

DESCRIPCION DE LOS CURSOS

1. **LEGISLACION LABORAL (A-509)**
Contrato de trabajo (elementos generales y particulares, formalidades, efectos, suspensión, terminación, prescripción, preaviso, cesantía). Jornadas de trabajo, riesgos profesionales, derecho colectivo del trabajo, procedimientos, libro de salarios, cargas sociales.
2. **METODOS Y TECNICAS DE INVESTIGACION AVANZADA (RP-502)**
El estudiante elaborará el diseño de una encuesta para evaluar un tema del área social así como del área de la conducta, implementará, procesará la encuesta y comprobará o rechazará las hipótesis que se planteen. Realizará reportes de resultados.
3. **TEORIA DE LA INVESTIGACION PUBLICA (RP-503)**
Semana a semana con las noticias de mayor relevancia se realizará un análisis del impacto que ha causado en los alumnos del colegio y en una muestra de personas de la avenida central.
4. **ANALISIS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION (RP-504)**
Las funciones informativas, formativa, y recreativa. Los mass-media y sus efectos en la opinión pública. Medios escritos (prensa, revistas, libros, cómics, fotonovela, carteles, posters, folletos y cartas) medios audiovisuales de la televisión (organización administrativa, tecnología del medio, canales, programas y audiencia) el cine (tipología del medio y el público). El teatro, los discos.
5. **GERENCIA DE MERCADEO (A-506)**
Planeamiento del producto, planeamiento del mercado, canales de distribución, y su implementación, la organización de mercadotecnia, la ejecución en la mercadotecnia, el control del mercadeo, mercadeo de productos agrícolas, mercadeo de productos industriales, mercadeo de servicios.
6. **GERENCIA DE RECURSOS HUMANOS (RP-506)**
Ambito de la administración de recursos, planeación en la administración de personal, organización de la dirección del personal. Desarrollo organizacional proceso de capacitación de personal, la clasificación de puestos: remuneraciones, adiestramiento y su relación con el servicio civil, organización del personal para proyectos, círculos de calidad.
7. **RELACIONES PUBLICAS APLICADAS (RP-507)**
Relaciones con el personal, relaciones con los consumidores, con la comunidad, distribuidores, proveedores, con los sindicatos, ética de las relaciones públicas, relaciones con los organismos internacionales, con el gobierno.



UNIVERSIDAD AUTONOMA DE CENTRO AMERICA
COLEGIO LEONARDO DA VINCI

-2-

8. RETORICA (RP-508)
Fonética, morfosintaxis, semántica, comunicación, uso de herramientas audio visuales, (este curso demanda una práctica exhaustiva de los estudiantes en cuanto a presentación de temas).
9. PLANEAMIENTO DE EVENTOS (RP-509)
Actividades, operaciones, cronogramas de avance de actividades, el método del camino crítico, presupuestación de eventos, control de avance de los eventos, la organización para con los eventos, didáctica grupal.
10. PSICOLOGIA DEL CONSUMIDOR (RP-510)
Los mercados de consumo y el comportamiento del comprador. Objetivos que buscan los compradores. Modelos: sociológico, económico, jerarquía de maslow, organización para la compra, operaciones de la compra, psicología del vendedor.
11. PROTOCOLO Y ETIQUETA (RP-511)
Eventos públicos: representantes del gobierno, actos patrios, visita de un presidente, visita de otros empresarios, eventos privados: competencias deportivas, relaciones con los sindicatos, junta directiva, asamblea de accionistas, celebraciones con menciones honoríficas, cenas, fiestas, decorado de interiores.
12. PUBLICIDAD AVANZADA (RP-512)
Política de implusión (la publicidad contenido y principios; sus medios, eficacia de la publicidad, promoción). El afiche: un grito en la pared, los slogan, como crear dependencias, uso de los colores, sonidos, efectos, determinación de la mezcla de promoción, desarrollo de una campaña de publicidad.

BIBLIOGRAFIA

RELACIONES PUBLICAS

- CERDA, E.: Una Psicología de hoy. Herder, 6.^a ed. Barcelona, 1973
- WHITTAKER, J. O.: Psicología. Nueva Interamericana, 2.^a ed. México, 1971
- KRECH, D.: CRUTCHFIELD, R. S. y BALLACHEY, E. L.: Psicología social. Ed. Biblioteca Nueva, 2.^a ed. Madrid, 1972
- NEWCUMB, Th. M.: Manual de Psicología Social. 2 tomos. Eudeba, 5.^a ed. B. Aires, 1973
- STOETZEL, J.: Psicología Social. Ed. Marfil. Alcoy, 1969
- SELLTIZ: Metodos de investigación de las relaciones sociales. Ed. Rialp. Madrid.
- SAUVY, A.: La opinión pública. Editorial Oikos Tau. Barcelona, 1970.
- YOUNG, Kimball: La opinión pública y la propaganda. Editorial Paidós. Buenos Aires, 1967.
- BERNAYS, E. L.: Relaciones Públicas. Ed. Troquel. Buenos Aires, 1969
- ROGGERO, G. A.: Relaciones Públicas. Ed. Deusto Bilbao, 1970.
- SIMON, R.: Perspectivas de las Relaciones Públicas. Ed. Diana. México, 1971.
- STEPHENSON, H. (ed.): Handbook of Public Relations. McGraw-Hill. Nueva York, 1971
- NOVO/STUDIO: Curso de técnicas de expresión. Biblograf, S. A. Barcelona, 1973
- GUTENBERG, E.: Economía de la Empresa. Deusto. Bilbao.
- BUGEDA, José: Manual de técnicas de investigación social. Instituto de Estudios Políticos, 2.^a ed. Madrid, 1973.
- CAPLOW, T.: La investigación sociológica. Edit. Laia. Barcelona, 1972.
- DUVERGER, D.: Métodos de las Ciencias Sociales. Ariel. Barcelona, 1962.
- STOETZEL, J., y GIRARD, A.: Las encuestas de opinión pública. Instituto de la Opinión Pública. Madrid, 1973
- ORIVE: Estructura de la información. Pirámide. Madrid, 1978
- ROMERO RUBIO, A.: Teoría general de la información y de la comunicación. Pirámide. Madrid, 1974.
- ROBERT ESCARPIT: Teoría General de la información y de la comunicación. Icaria. Barcelona, 1976.
- ERICH FELDMANN: Teoría de los medios masivos de comunicación. Kapelusz. Buenos Aires, 1977.
- W. GRAY HORTON: Sistemas de información gráfica. Pirámide. Madrid, 1973.
- PHILIP LESLY: Manual de relaciones públicas. Martínez Roca. Barcelona, 1969
- EDWARD J. ROBINSON: Comunicación y relaciones públicas. C.E.C.S.A. México, 1971
- FRANCOIS GOUDRAND: Práctica de la información dentro de la empresa. Rialp. Madrid, 1978
- EMILIO MIRA Y LOPEZ: El pensamiento. Kapelusz. Buenos Aires, 1966.
- FRESSER BOND, F.: Introducción al periodismo. Limusa-Willey. México, 1974.

GONZALEZ SEARA, L.: Opinión pública y comunicación de masas. Ariel. Barcelona, 1968.

GREGORIO, Domenico de: Metodología del periodismo. Rialp. Madrid, 1966.

KLAPPER, J. T.: Efectos de las comunicaciones de masas. Aguilar, Madrid, 1974.

MARTIN AGUADO, J. A.: Fundamentos de tecnología de la información. Pirámide. Madrid, 1978.

BRAJNOVIC, L.: Tecnología de la información. EUNSA, 2.^a ed. Pamplona, 1974.

CONESA, F.: La libertad de la prensa periodística. EUNSA. Pamplona, 1978.

LESLEY, Ph.: Manual de Relaciones públicas. Martínez Roca, 2 vols. Barcelona, 1973.

RIOS SZALAY, J.: Relaciones Públicas, Su administración en las organizaciones. Trillas, México, 1974.

NOSEDA, R. C.: El libro y la comunicación social. Troquel. Buenos Aires, 1973.

HOUREZ, F.: Tratado de la publicidad directa. Miraflores. Barcelona, 1967.

CAZENEUVE, J.: Sociología de la radio y la televisión. Paidós. Buenos Aires, 1967.

NEWMAN, J. F.: Periodismo radiofónico. Limusa-Wiley. México, 1966.

SORIA, C.: Orígenes del derecho de radiodifusión. EUNSA. Pamplona, 1974.

SCHICKEL, R.: Cine y cultura de masas. Paidós. Buenos Aires.

VILLEGAS, M.: El cine en la sociedad de masas. Alfaguara. Madrid, 1966.

DUVERGER, Maurice: Instituciones políticas y derecho constitucional. Ariel. Barcelona, 1970.

R. L. GREGORY: Ojo y cerebro. Psicología de la visión. Ed. Guadarrama. Madrid, 1965.

MCCARTHY JEROME E.: Comercialización. Ed. Ateneo, Buenos Aires.

GUGLIELMO TAGLIACARNE.: Técnica y práctica de las investigaciones del mercado. ed. Ariel. Barcelona.

C. R. HAAS.: Teoría, Técnicas y práctica de la publicidad, (2.^a ed.). Ed. Rialp. Barcelona.

JAMES G. MARCH Y HERBERT A. SIMON.: Teoría de la organización. Editorial Ariel. Esplugas de Llobregat, 1977.

HENRY FAYOL.: Administración Industrial y General. Ed. El Ateneo. Buenos Aires, 1961.

MAISONNEUVE JEAN.: La dinámica de los grupos. Ed. Proteo.

CUTLIP, S. M. y CENTER, A. H.: Relaciones Públicas Ed. Rialp. Madrid.

LOUGOVOY, C. y LINON, M.: Relaciones Públicas. Ed. Hispano Europea. Barcelona.

NIELANDER, W. A.: Práctica de las Relaciones Públicas. Ed. Hispano Europea. Barcelona.

PRUEBAS PARA GRADOS DE RELACIONES PUBLICAS

BACHILLERATO

B. A. (RR.PP.)

RELACIONES PUBLICAS

PRIMERA PRUEBA

Examen escrito en alguno de los siguientes idiomas: inglés, francés, alemán, italiano o portugués, a elección del candidato, conforme a las NORMAS COMUNES A LAS PRUEBAS DE GRADOS.

SEGUNDA PRUEBA

Examen escrito, con duración no menor de tres ni mayor de cuatro horas. El candidato redactará un ensayo sobre un tema que le señalará el Jurado, con al menos diez días de anticipación, sobre la materia de La Opinión Pública y el Público de las organizaciones: 1) Los Medios de Comunicación Colectiva y la formación de la Opinión Pública: la prensa, la radio, la televisión, el cine. 2) Opinión Pública y Sociedad: a) Naturaleza y caracteres de la Opinión Pública; b) La Opinión Pública y la estructura social; c) La formación de la Opinión Pública; d) Expresión y conocimiento de la Opinión Pública. 3) Relaciones Públicas y Opinión Pública: a) Instrumentos de Comunicación y los Públicos; b) Investigación de Opinión Pública; c) Líderes de Opinión e influencia personal; d) Información Pública y Opinión. 4) Los efectos de los Medios de Comunicación y la Opinión Pública: a) Confianza en los Medios y la eficacia de las fuentes informativas; b) Grado de información y espíritu crítico. 5) Público y personal de una empresa: a) Principios deontológicos de las relaciones públicas con relación al público, en general, y a los miembros de la empresa donde el profesional actúa; b) Las relaciones públicas en el campo de la empresa: organización del personal y relaciones dentro de la empresa, con referencia a la tarea del profesional en relaciones públicas (pueden presentarse casos hipotéticos y su análisis).

Cuando lo estime necesario, el Jurado podrá requerir la defensa oral del ensayo, así como relacionar el tema examinado con otros temas de la Prueba. En el caso de la confrontación oral, se le podrá asignar a ésta hasta un 40% de la calificación total y al trabajo escrito no

menos del 60%.

TERCERA PRUEBA

Examen escrito con duración no menor de tres ni mayor de cuatro horas. El candidato redactará un ensayo sobre un tema que le señalará el Jurado, con al menos diez días de anticipación, sobre la materia de Comunicación: 1) Teoría de la Comunicación: a) Concepto de comunicación; b) Mensaje, código, símbolos; c) Los aportes de la sociología de la comunicación. 2) El proceso de la comunicación: a) Los diferentes modelos de comunicación; b) Interacción, precisión semántica, retroalimentación; c) Tipos de comunicación. 3) Medios de comunicación: a) La ideología de los medios de comunicación; b) Los medios considerados en sí mismo y los medios como auxiliares de un programa de relaciones públicas; c) La influencia de los medios en el cambio de actitudes; d) Análisis motivacional, propaganda, publicidad.

Estos temas exigen conocimientos básicos de filosofía de la comunicación, elementos socio-políticos y periodísticos, así como un excelente nivel en la presentación escrita y oral de informes.

Cuando lo estime necesario, el Jurado podrá requerir la defensa oral del ensayo, así como relacionar el tema examinado con otros temas de la Prueba. En el caso de la confrontación oral, se le podrá asignar a ésta hasta un 40% de la calificación total y al trabajo escrito no menos del 60 %.

CUARTA PRUEBA

Los candidatos impartirán una lección sobre alguno de los temas que se señalan aquí, de conformidad con las indicaciones del jurado y tendrán

hasta seis semanas de plazo para presentar un ensayo escrito que será la base de la lección oral.

Los temas versarán sobre el público, la empresa y la democracia:

1) Principios de ética y su relación con la política: con especial referencia al pensamiento griego y occidental (textos recomendados: Aristóteles, Ética a Nicómaco, Libro I, cap. 1-6; Política, Libro I, cap. 1 y 2; Libro IV, cap. 1 y cap. 11; Libro VI, cap. 1; Tomás de Aquino, Sobre el régimen de los príncipes). 2) El profesional de relaciones públicas en el estado democrático: a) El sufragio; b) Garantías, derechos humanos y libertades públicas; c) Fundamentos de derecho constitucional: las constituciones, en especial la Constitución Política de Costa Rica; d) Los poderes y su separación; e) La administración pública; f) Los estados no democráticos, breve análisis de sus formas modernas típicas.

Esta prueba exige una base de conocimientos filosóficos básicos, socio-políticos y jurídicos.

QUINTA PRUEBA

El candidato impartirá una lección de aproximadamente 30 minutos de duración y responderá a continuación a las preguntas del Jurado. El tema de la lección le será señalado por el Jurado, hasta con seis semanas de antelación, sobre una de las dos alternativas siguientes, escogida por el candidato. Este deberá presentar una semana antes un informe escrito que no exceda las veinte páginas de extensión, en seis copias, sobre lo que será la base de su exposición. La materia de la presente prueba será las relaciones públicas: teoría y práctica, con los siguientes temas:

Opción I: Programación en relaciones públicas: Proyecto de campaña a corto plazo que tome en cuenta alguno de los siguientes aspectos: las políticas de la empresa, el planeamiento estratégico, el control gerencial, los programas de mercadotecnia o la administración de personal.

Opción II: Las relaciones públicas en Costa Rica: su desarrollo y gestión; análisis de órganos de relaciones públicas, de públicos y de instituciones.

Esta prueba exige conocimientos básicos de administración (en especial de personal). - - - - -

PRUEBAS PARA GRADOS EN RELACIONES PUBLICAS

LICENCIATURA

Lic. (RR.PF.)

RELACIONES PUBLICAS

Requisitos

Para obtener la Licenciatura se requiere el Grado de Bachiller en la misma carrera. Si el postulante posee grado en otra carrera, deberá aprobar ante la Universidad, a más tardar al faltarle 24 unidades de residencia de estudios para la Licenciatura, las Pruebas para Grados de Bachillerato en Relaciones Públicas, a fin de poder acceder a las Pruebas para la Licenciatura.

PRIMERA PRUEBA

Examen de idioma en una lengua extranjera distinta a la del Bachillerato, a elección del postulante, entre alemán, francés, inglés, italiano

o portugués, conforme a las NORMAS COMUNES A LAS PRUEBAS DE GRADO.

SEGUNDA PRUEBA

Examen escrito en el que el candidato deberá realizar un trabajo sobre un caso que le señalará el Jurado, con hasta seis semanas de antelación, acerca de los Modelos de Relaciones Públicas: Análisis y crítica de un modelo de campaña de Relaciones Públicas realizado previamente y formulación de uno nuevo por el postulante (este deberá fundamentar las correcciones).

El trabajo deberá ser presentado por escrito a máquina, a doble espacio, de quince a veinte páginas de extensión, en siete ejemplares. El Jurado podrá llamarle a una confrontación oral del trabajo.

El Colegio podrá sugerir casos al Jurado.

TERCERA PRUEBA

Examen escrito que consistirá en la resolución de un caso que le propondrá el Jurado con tres semanas de antelación sobre Legislación: Legislación Laboral, marcas de fábrica, competencia desleal, nombres comerciales, ley de imprenta, delitos contra el honor, protección al consumidor.

El candidato deberá presentar por escrito la resolución al caso propuesto, con extensión aproximada de quince páginas a máquina, a doble espacio, en siete ejemplares. El Jurado podrá llamar al candidato a una confrontación oral.

El Colegio podrá sugerir casos al Jurado.

CUARTA PRUEBA

Examen oral que consistirá en una disertación de hasta treinta minutos de duración sobre un tema que le señalará el Jurado, con una semana de anticipación, acerca de los Métodos de investigación científica, social

y la conducta, y su vínculo con las Relaciones Públicas. Hecha la exposición por el postulante, deberá contestar luego a las preguntas que el Jurado le formule. Este le señalará la bibliografía junto con el tema.

QUINTA PRUEBA

El candidato impartirá una lección de aproximadamente treinta minutos de duración y responderá a continuación a las preguntas del Jurado. El tema le será señalado por el Jurado con seis semanas de anticipación y consistirá en el diseño de una campaña de Relaciones Públicas de una organización que no sea de índole comercial (social, deportiva, política, religiosa o similares) en la que se haga uso de los medios de comunicación: prensa, radio y televisión.

Una semana antes de la presentación oral, el candidato presentará por escrito el perfil de la campaña con el cronograma de actividades, a máquina, a doble espacio, en siete ejemplares.

PRACTICA PROFESIONAL

Además de la residencia de estudios prescrita, y como requisito para presentar las Pruebas Cuarta y Quinta, el candidato deberá realizar una práctica profesional supervisada, de al menos 250 horas, en la oficina de Relaciones Públicas de alguna empresa.-----