



UNIVERSIDAD AUTONOMA DE CENTRO AMERICA

San José, 14 de septiembre de 1984  
84-580

*AMC*  
20 SET. 1984

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

Ref.: C. Isaac Newton - 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,  
Rector

cc: Lic. Mario Granados M.  
Archivo

20 SET. 1984

UNIVERSIDAD AUTONOMA DE CENTRO AMERICA

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

el Colegio: **ISAAC NEWTON**

fue afiliado a la Universidad el día: **23 de abril de 1981**

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

conforme autorización para impartirla del correspondiente Consejo Académico, otorgada el día: **30 de abril de 1981**

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



  
Fabio Fournier Jimenez  
Presidente

ALUMNOS MATRICULADOS DURANTE EL II° CUATRIMESTRE  
de 1984

Grado	Hombres	Mujeres	Veteranos	Nuevos	TOTAL
Bachillerato	6	12	14	4	18
Licenciatura	-	-	-	-	-
TOTALES	6	12	14	4	18



UNIVERSIDAD AUTONOMA DE CENTRO AMERICA

San José, 14 de septiembre de 1984  
84-579

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

*AM*  
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).

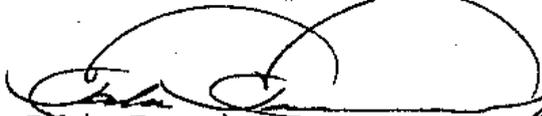
... Asimismo le acompañamos el programa de estudios con el cual dicha carrera se imparte en el Colegio de esta Universidad : **Isaac Newton**

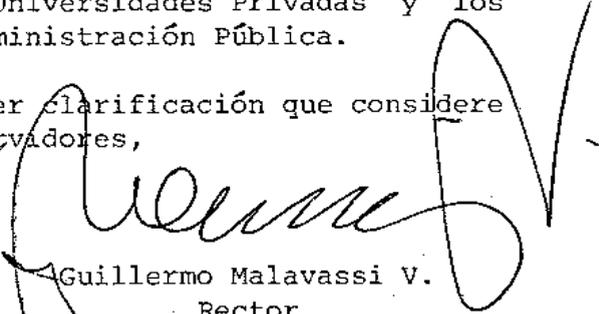
para el cual también solicitamos, bajo protesta, la respectiva aprobación por el CONESUP, sin que ello implique que reconozca la UACA que al Consejo le compete dicha autoridad, por existir contienda jurisdiccional al respecto.

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

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.-----

4025

LEGIO

NEWTON

RELACIONES PUBLICAS

*RM Jones*

20 SET. 1984



# UNIVERSIDAD AUTONOMA DE CENTRO AMERICA COLEGIO ISAAC NEWTON

## RELACIONES PUBLICAS

La carrera de Relaciones Públicas es la más nueva en todo el mundo. Hace solo 30 años que se conoce en Europa.

En Estados Unidos donde se inventó tiene sólo 35 años.

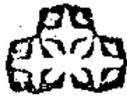
El objeto de las Relaciones Públicas es ganar la simpatía del público para una empresa o una colectividad. Tomemos por ejemplo el de un fabricante de automóviles, las relaciones públicas insistirán en la participación de la empresa en el papel jugado generalmente por el automóvil en la mejora del nivel de vida. Describirán las obras sociales de la empresa y los servicios vendidos a la comunidad y se abstendrán de mensajes directos (el caso de la publicidad).

Los medios empleados por el relacionista público serán los carteles, folletos, películas, etc., medios de expresión necesarios para informar la actividad de una empresa. Se servirá de la prensa, a la cual se enviarán comunicados, fotografías, informaciones interesantes etc., también el relacionista público organiza conferencias, recepciones y multiplicará los contactos con las personalidades oficiales, de forma que haga conocer, en el mejor sentido de la palabra, la empresa y sus dirigentes y atraer hacia ellos esa corriente de simpatía que al final de cuentas es lo que se desea.

La carrera tiene una duración de 6 cuatrimestres, además de la preparación de las pruebas de grado y trabajo comunal.

El promedio para graduarse es de 3 años, a tiempo completo y sin interrupción de estudios.

El año universitario está dividido en tres cuatrimestres de 15 semanas cada uno y con vacaciones de 15 días entre uno y otro período.



UNIVERSIDAD AUTONOMA DE CENTRO AMERICA  
COLEGIO ISAAC NEWTON

RELACIONES PUBLICAS  
84 Unidades Académicas

BACHILLERATO  
5040 horas

Estudiante \_\_\_\_\_ TELEFONO \_\_\_\_\_ SILABO \_\_\_\_\_

Dirección \_\_\_\_\_

Institución \_\_\_\_\_ Tomo \_\_\_\_\_ Folio \_\_\_\_\_ Número \_\_\_\_\_

Primer Nivel	RP-120 Relaciones Públicas I Req.: Ingreso	L110 Español I Req.: Ingreso	RP-150 Psicología General Req.: Ingreso	A-240 Administración I Req.: Ingreso
Segundo Nivel	RP-220 Relaciones Públicas II Req.: RP-120	L-230 Español II Req.: L-110	RP-250 Psicología Social Req.: RP-150	A-430 Administración de Personal Req.: A-240
Tercer Nivel	RP-320 Periodismo I Req.: L-110	RP-330 Oratoria I Req.: L-110	RP-350 Sociología del Trabajo Req.: RP-250	A-150 Economía I Req.: Ingreso
Cuarto Nivel	RP-420 Periodismo II Req.: RP-320	RP-430 Oratoria II Req.: RP-330	L-210 Inglés I Req.: Ingreso	RP-460 Elementos de Estadística Req.: Ingreso
Quinto Nivel	RP-520 Ética y Derecho de Prensa Req.: RP-520	RP-530 Publicidad Y Mercadeo Req.: RP-460	L-310 Inglés II Req.: L-210	RP-560 Administración Pública Req.: A-240
Sexto Nivel	RP-620 Práctica Profesional Req.: 5° Nivel	RP-630 Procedimientos Parlamentarios Req.: 5° Nivel	RP-650 Métodos y Técnicas de Investig. Req.: 5° Nivel	RP-660 Teoría de la Comunicación Req.: 5° Nivel
Séptimo Nivel	RP-720 Trabajo Comunal I Req.: 6° Nivel	RP-730 Trabajo Comunal II Req.: 6° Nivel	RP-750 Seminario de Graduación I Req.: 6° Nivel	RP-760 Seminario de Graduación II Req.: 6° Nivel

## RELACIONES PUBLICAS

### DESCRIPCION DE LOS CURSOS

RP-120  
Relaciones Públicas I

G. Alvarado I-0167  
Requisitos: Ingreso

En este curso se proporcionan las bases de la disciplina, se estudia su relación con las Ciencias Sociales, así como su ubicación dentro del contexto de la actividad administrativa, tanto en la empresa pública como en la privada. Se analiza la filosofía y la metodología de las Relaciones Públicas, así como su tipología profesional y su campo de acción ocupacional. Se imparten los instrumentos básicos que requiere la profesión en la vida práctica.

RP-220  
Relaciones Públicas II

G. Alvarado I-0167  
Requisitos: RP-120

Este curso enseña las relaciones e interacciones de la actividad profesional con varios participantes en la vida económica y administrativa, a saber: con los recursos humanos de la organización, con los accionistas, los inversionistas, organizaciones financieras, con los clientes, proveedores, gobierno, comunidad y los medios de comunicación social. Se formula la planeación de la función de Relaciones Públicas desde un ángulo eminentemente administrativo. Se estudia su organización y la determinación de objetivos como Departamento de la Administración. Se reafirman los conocimientos prácticos e instrumentales, en especial los multi-media.

RP-150  
Psicología General

I. Alfaro I-0973  
Requisitos: Ingreso

Esta asignatura sienta las bases de la ciencia de la psicología, a fin de aprovechar sus aportes en el desempeño de las tareas de las Relaciones Públicas. Su objetivo es establecer relaciones con diversas conjunturas de acción administrativa, capacidad de formular e identificar conductas que armonicen con la psicología de las personas que intervienen en dicha acción.

RP-350  
Sociología del Trabajo

L. Valverde I-0297  
Requisitos: RP-250

El curso tiene por objeto ampliar el campo de los problemas de los grupos de trabajo, ofreciendo a los alumnos una síntesis de los problemas sociológicos y los hechos sociales, considerados en su dinamismo

Intrínseco: el grupo fuente de trabajo, comportamiento colectivo, el factor demográfico, el problema laboral, conflicto individual y conflicto colectivo. Se utilizan las principales técnicas sociológicas, como investigación de campo, encuestas y sondeos en estudios de opinión, tendencias asociativas, etc.

KP-250  
Psicología Social

I. Alfaro I-9-0173  
Requisitos: KP-150

Aplicación de teorías y técnicas psicológicas a situaciones de interacción en el ámbito de las relaciones públicas. Se capacita al alumno para caracterizar y contrastar globalmente las escuelas psicológicas: Psicoanalista, conductista, gestalista y personalista; a identificar los aspectos psicosociales de la conducta, rol, status, actitudes, prejuicios, preconceptos, etc. A determinar los diferentes tipos de liderazgo y sus efectos en el rendimiento del trabajo colectivo, clima y seguridad laboral.

L-110  
Español I

T. Zamora I-160038  
Requisitos: Ingreso

Se efectúa una revisión de la manera de comunicarse en forma verbal y escrita. Se corrigen vicios y distorsiones del lenguaje culto, haciéndose el deslinde técnico correspondiente. Se aplican todos los medios disponibles hacia el logro de la perfección del idioma.

L-230  
Español II

T. Zamora I-16-0038  
Requisitos: L-110

En este curso se repasan los conocimientos gramaticales y propiamente sintácticos, para lograr una transmisión correcta del pensamiento. Se realizan ejercicios, ejemplos y tareas a fin de aplicar los conocimientos idiomáticos adquiridos en la práctica del relacionista público. Se amplían conocimientos con base en el contexto de la sintaxis superior.

RP-320  
Periodismo I

C. González I-100200  
Requisitos: L-110

En este curso el estudiante aprende los principios fundamentales del periodismo profesional, así como tipos de periodismo, estilos, funciones e instrumentos. Aprende a elaborar comunicados internos y a redactar el periódico de una empresa o institución.

A-240  
Administración I

W. Granados I-0201  
Requisitos: Ingreso

Estudio de las bases fundamentales de la administración, así como técnicas y tópicos importantes como teoría de la organización, conjuntos administrativos, coordinación, control y teoría de decisiones.

A-430  
Administración de Personal

G. Alvarado L.D. I-0167  
Requisitos: A-240

Planeamiento, organización y control de un programa de administración de personal, incluyendo políticas y procedimientos con respecto a empleo, entrenamiento y seguridad. Se incluye servicios de la empresa y administración de salarios.

A-150  
Economía I

C. Rugama I-0230  
Requisitos: Ingreso

Estudio de la teoría de precios donde se analiza el equilibrio del consumidor, el equilibrio del mercado y el equilibrio de la Empresa.

L-210  
Inglés I

J. Duarte I-0168  
Requisitos: Ingreso

Aspectos básicos del idioma. Orígenes. Gramática. Conjugaciones. Conversación.

L-310  
Inglés II

J. Duarte I-0168  
Requisitos: L-210

Ampliación de los temas del Inglés I. El inglés de Relaciones Públicas.

RP-460  
Elementos de Estadística

J. Obando I-0258  
Requisitos: Ingreso

La naturaleza de la estadística. El uso de la estadística en la investigación. Fuentes de datos estadísticos y métodos de recolección. Números relativos. Construcción y análisis de cuadros estadísticos, construcción y análisis de gráficos.

RP-330  
Oratoria I

G. Alvarado I-167  
Requisitos: L-110

Bases de la oratoria. Su naturaleza y funciones. Pasos iniciales en preparación y práctica. Comportamiento corporal en el podium. Mejoras en la calidad de la voz. Comunicación de ideas y sentimientos. Preparación del discurso. Objeto y propósito del discurso. Análisis de la audiencia y la ocasión. Materiales de la oratoria: fuentes, registros y clasificación. Discurso de un tema. Comienzo y final del discurso.

RP-420  
Periodismo II

C. González I-10-0200  
Requisitos: RP-320

El boletín o comunicado de prensa. Formato y presentación.

Recopilación de comunicados de prensa de Relaciones Públicas. Análisis. Elaboración de un comunicado de prensa. Las buenas relaciones con la prensa. Distribución de las publicaciones de Relaciones Públicas.

RP-530  
Publicidad y Mercadeo

J. Lao I-19-0396  
Requisitos: RP-460

Publicidad en Relaciones Públicas. Publicidad comercial. Publicidad institucional. Agencias de publicidad en Costa Rica. Mercadeo y sus conceptos básicos. Comportamiento del consumidor. Investigación de mercados.

RP-630  
Procedimientos Parlamentarios

G. Alvarado I-0167  
Requisitos: 5to. Nivel

Orígenes de los parlamentos. Historia. Organización y funcionamiento de la Asamblea Legislativa. Facultades y atributos de la asamblea. Tramitación de leyes.

RP-660  
Teoría de la Comunicación

E. Pazos I-0274  
Requisitos: 5to. Nivel

Comunicación y sus elementos. Comunicación formal, informal, externa, interna, verbal. Lenguaje y sus funciones. Tipos de lenguaje. Clasificación. Lenguajes actuales. Formas de lenguaje. Habla. Jergas. Semántica.

RP-560  
Administración Pública

G. Alvarado I-0167  
Requisitos: A-240

La administración pública en función del desarrollo nacional. Diferencias entre la administración pública y la administración privada. La administración pública y el desarrollo económico y social. Administración pública y reforma administrativa. Planeamiento administrativo, coordinación, control, evaluación y eficacia en el gobierno. Introducción al origen de las instituciones públicas.

RP-650  
Métodos y técnicas de investigación

L. Valverde I-0297  
Requisitos: 5to. Nivel

Conceptos y métodos de la investigación en el campo de las relaciones públicas. Planteamiento diseño y ejecución de modelos de investigación en relaciones públicas haciendo uso de los aspectos técnicos y metodológicos relacionados.

RP-520  
Ética y Derecho de Prensa

C. González I-10-0200  
Requisitos: RP-320

La ética dentro del contexto del periodismo. Posiciones y definiciones. Su origen. Estudios de casos concretos. Conceptos y temas generales del derecho. Planteamiento de los órganos públicos y sus funciones. Aspectos jurídicos de mayor relevancia en el ejercicio de la profesión.

**Nota:** Cada asignatura tiene una residencia de estudios de tres unidades académicas.



UNIVERSIDAD AUTONOMA DE CENTRO AMERICA  
COLEGIO ISAAC NEWTON

BIBLIOGRAFIA

Administración de Mercadotecnia  
John A. Howard  
Editorial Diana, Mexico, 1979

Casos de Mercadotecnia  
ESAN  
Konrad Fischer Ross, México, 1979.

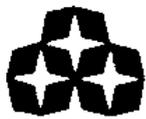
Curso de Economía Moderna  
Paul A. Samuelson  
Biblioteca de Ciencias Sociales, España 1975

Curso de Administración Moderna  
Koontz y G. Donnell

Curso de Mercadotecnia  
Fuederick E. Webster  
Harla S.A. DE C.V., México, 1977

Dirección de Mercadotecnia  
P.H. LIP Kotler.  
Editorial Diana, México, 1980

Economía  
Norvis C. Clement, John C. Poll  
Libros Mc Graw-Hill, México, 1978



UNIVERSIDAD AUTONOMA DE CENTRO AMERICA  
COLEGIO ISAAC NEWTON

El Proceso de la Comunicación

David Berlo

Editorial "El Ateneo", Argentina, 1978

Elaboración de Organigramas

Gildo Fco. Alvarado Gutiérrez

Editorial UNED, Costa Rica, 1980

Estadística Aplicada a la Mercadotecnia

Humberto Proamo

Editorial Diana, México, 1977

Fundamentos de Mercadeo

Weldon I. Taylor, Roy T. Shaw, Jr.

South, Western Publishing. Co., Ohio, U.S.A., 1978

Fundamentos de Marketing

William J. Stanton

Libros Mc. Graw-Hill, México, 1980

Fundamentos de Mercadeo Moderno

Cundiff, Stiff Govoni

Editorial Prentice/Hall Internacional, España., 1979

Weston J. Frederick

Administración Fin. Empresas

México, Interamericana



UNIVERSIDAD AUTONOMA DE CENTRO AMERICA  
COLEGIO ISAAC NEWTON

Gramática de Comunicación

Luis Fernández Soza

South Western Publishing Co, USA, 1979

Introducción a la Economía Positiva

Richard G. Lipsey

Editorial Vicens Vives, España 1977.

Investigación de Mercados

Green Frank

Editorial Limusa, México, 1975

Psicología del Trabajo

A. Russel

Ediciones Morata, Madrid, España, 1976

Principios de Administración

George R. Terry

Compañía Editora Continental S.A., México, 1977

Teoría y Aplicaciones de Marketing

George Schwartz

Editorial Labor, España 1976

Ventas, Marketing, Publicidad

Enciclopedia de la Empresa Moderna

Ediciones Deusto, Portugal 1978



UNIVERSIDAD AUTONOMA DE CENTRO AMERICA  
COLEGIO ISAAC NEWTON

Trillas,  
Administración de Negocios Pequeños  
Ed. Trillas, México

---

Zapico  
Administración de Negocios  
Ed. Trillas, México

Young, Stanley  
La Administración como un proceso de toma de  
decisiones.  
México, Ediciones Contables y Administrativas

Romero, Samuel  
Administración de Personal, México  
Compañía Editora Continental

Johnson Robert  
Administración Financiera, México  
Compañía Editora Continental

Quesnot, L.  
Administración Financiera, Metodos  
Contables y Balances.  
Barcelona, Edictora Labor

Hunt, Pearson  
Financiación Básica de los Negocios  
México, Atenea



UNIVERSIDAD AUTONOMA DE CENTRO AMERICA  
COLEGIO ISAAC NEWTON

Weber, Adolf  
Economía Mundial,  
Barcelona, Labor

Bell, Martin  
Mercadotecnia, México  
Compañía Editora Continental

Converse, Paul  
Elementos de Mercadeo,  
México Herrero

Anthony, Robert  
Contabilidad Gerencial, S.A. Ateneo

Cerdá Baldomero  
Contabilidad y Administración de Empresas  
Barcelona, Bruguer

Reyes Pérez Ernesto  
Contabilidad de Costos, México, Limusa

Backer Morton  
Contabilidad de Costos  
Enfoque Administrativo  
N.Y., Mc Graw-Hill

Cashu, James  
Contabilidad, Teoría y Problemas  
México, Mc Graw-Hill



UNIVERSIDAD AUTONOMA DE CENTRO AMERICA  
COLEGIO ISAAC NEWTON

Como se practican las Relaciones Públicas  
Washington Dante Illescas  
Editorial Librería Mitre, Argentina, 1971

Comunicación  
Juan Luis Fuentes  
F. Hernández y Cía S.A., España, 1980

Comunicación y Opinión Pública  
Eladio Ferrer Rodríguez  
B. Costa-Amic Editor, México 1974

Comunicación y Sociedad Democrática  
Pedro Crive Riva  
Ediciones Pirámide S.A., España, 1978

Introducción a la Publicidad  
A.T. Brewster, H.H. Palmer, R.G. Ingraham  
CECSA, 1980

Introducción a las Relaciones Públicas  
Federico Sevilla  
Editorial Bruño, España 1976

La Opinión Pública  
Alfred Sauvy  
Oikos-Tau, S.A. Ediciones, España 1970



UNIVERSIDAD AUTONOMA DE CENTRO AMERICA  
COLEGIO ISAAC NEWTON

La Opinión Pública

Robert E. Lane, David Sears

Editorial Fontanella

España 1967

Manual Práctico de Relaciones Públicas

Fernando Lizano

Edita Revista "Relaciones Públicas", España 1980

Publicidad Comercial

Dorothy Cohem

Editorial Diana, México, 1980

Publicidad

William H. Antrim, Eugene L. Dorr

Libros Mc.Graw-Hill, México 1979

Quién le teme a la Publicidad

Alberto Borrimi

American Norildes Editores, Argentina 1976

Relaciones Públicas

N. Fraizer Moore, Bertrand R. Canfield

Compañía Editorial Continental S.A., México 1980

Relaciones Públicas

Jorge Ríos Szalay

Editorial Trillas, México 1976



UNIVERSIDAD AUTONOMA DE CENTRO AMERICA  
COLEGIO ISAAC NEWTON

*Esta hoja es de  
Ingeniería Industrial*

Emerson Robert  
An Introduction to Engineering Economy  
Montana, Cardinal Publications

Maynard H.B.  
Manual de Ingeniería de la Producción Industrial  
Barcelona, Reverté

Niebel Benjamin  
Ingeniería Industrial, Estudios de Tiempos y  
Movimientos, México, Representaciones y servi-  
cios de Ingeniería

Starr Mastin  
Operations Management  
New Jersey Prentice Hall

Ibid  
Systems Management of operations

Fasal , John  
Métodos Prácticos del Análisis Económico  
en Ingeniería Industrial

Ireson and Grant  
Hand Book of Industrial Engineering and  
Management  
N. Jersey Practice Hall

4029

LICENCIATURA  
RELACIONES  
PUBLICAS

COLEGIO  
ISAAC NEWTON



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CENTRO AMÉRICA  
COLEGIO DE RELACIONES PÚBLICAS

*Handwritten signature*  
20 de Set. 1984

PROGRAMA DE LICENCIATURA  
RELACIONES PÚBLICAS

<u>Primer Cuatrimestre</u>	<u>Segundo Cuatrimestre</u>	<u>Tercer Cuatrimestre</u>	<u>Cuarto Cuatrimestre</u>
Técnicas de comunicación oral	Técnicas de comunicación escrita	Técnicas de comunicación gráfica	Medios de comunicación
Sistemas de planificación	Sistemas de organización	Comunicación administrativa	Investigación y evaluación de resultados
Oratoria aplicada a las Relaciones Públicas	Relaciones Públicas Internacionales	La publicidad aplicada a las Relaciones Públicas	Ética profesional
Taller de Relaciones Públicas I	Taller de Relaciones Públicas II	Casos I	Casos II

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CENTRO AMÉRICA  
COLEGIO ISAAC NEWTON

LICENCIATURA EN RELACIONES PÚBLICAS

I- OBJETIVOS:

1) Poseer un adecuado dominio de los fundamentos científicos de la comunicación e interacción social y estar en capacidad de aplicarlos en el quehacer cotidiano de la profesión.

2) Poseer el conocimiento sobre los principios y el dominio de las técnicas que rigen las relaciones, externas e internas, de la empresa o institución, hasta el grado que les permita organizar y administrar programas y organismos especializados.

3) Profundizar en las ciencias, técnicas y medios instrumentales que conforman la filosofía y la práctica de las Relaciones Públicas.

II- DESCRIPCIÓN CURRICULAR:

Técnicas de Comunicación Oral

Estudio y práctica en taller de los aspectos singulares del lenguaje hablado, lo que implica el aprendizaje de objetivos específicos de la comunicación oral.

Sistemas de Planificación

Contiene el estudio de la Planificación específica de las Relaciones Públicas, partiendo de las nociones de hipótesis, pronóstico, presupuesto, control, etc., que fueron aprendidos en forma general en las asignaturas medulares de la Administración Científica.

Técnicas de Comunicación Escrita

Entorno y acción de las modalidades, estilos, métodos y medios propios del mensaje escrito, su emisión y su retroalimentación.

Sistemas de Organización

Partiendo de los conocimientos impartidos en el nivel precedente de Bachillerato en la Ciencia Administrativa, se enfatiza en la organización de los servicios de Relaciones Públicas y se profundiza en sus diversas

modalidades clásicas; entidad de consultoría exterior por contratación; departamento en oficina como órgano "Staff" de la gerencia; conjunto ecléctico.

#### Taller de Relaciones Públicas I

Esta asignatura tiende a replantear y enriquecer los conceptos filosóficos, científicos y prácticos de las Relaciones Públicas empresariales. Además, enfoca su atención sobre el uso de los medios instrumentales de la profesión, conteniendo una práctica dirigida en una institución o empresa.

#### Oratoria Aplicada

Trata de las técnicas de la comunicación verbal aplicadas al mundo de los negocios, en particular a la propaganda, publicidad, campañas de relaciones públicas y mensajes dentro de la comunicación oral colectiva en general. Se aplican medios didácticos como simulaciones de mesas redondas, seminarios, diálogos, conferencias, debates, foros, simposios, etc.

#### Medios de Comunicación

Es un taller en el cual se practican los principios, acciones y modalidades específicas de cada medio de comunicación social: Radio, Periódico Impreso, Televisión, Prensa Gráfica, Teatro, Cine, Conferencias, Libros, Revistas, Panfletos, Comunicaciones Internacionales, Correspondencia social, mercantil, etc.

#### Etica

Esta materia contiene la base filosófica de la Etica Profesional del Relacionista Público, así como una visión integral de las leyes y códigos que regulan el ejercicio de las profesiones correspondientes a la comunicación social.

#### Taller de Relaciones Públicas II

Es una asignatura instrumental que enseña el uso de los recursos audiovisuales en los distintos medios de la comunicación humana, particularmente en la comunicación escrita, propaganda, divulgación y publicidad comercial e institucional. Se efectuará un análisis de la Semiología en su carácter de ciencia de los signos, así como su aplicación a los grupos sociológicos y en la actividad profesional de las Relaciones Públicas.

#### Casos I

Aplicación integrada de los dominios previamente adquiridos (conceptos, teorías, técnicas) al análisis y solución de situaciones dentro del contexto de las Relaciones Públicas que ocurren en la institución o empresa. Comprende una introducción al método de casos, en la cual se ofrecerá la teoría sobre el método, procedimientos, normas y estudio de dos casos de fácil asimilación.

## CASO II

Ampliación de los temas estudiados en casos I. Integración de aspectos estudiados a lo largo del Programa de Licenciatura. Trabajos. Solución de problemas de Relaciones Públicas. Enfoques administrativos.

### TECNICAS DE COMUNICACION GRAFICA

Uso de técnicas gráficas y audiovisuales. Estudios de campañas de Relaciones Públicas con énfasis en el aspecto creativo. Integración de técnicas. Relación entre las técnicas de comunicación y los medios de publicidad.

### RELACIONES PUBLICAS INTERNACIONALES

Interacción internacional con las relaciones públicas. Casos de Relaciones Publicas Internacionales. Promoción a nivel internacional. Cooperación internacional. Diplomacia.

### COMUNICACION ADMINISTRATIVA

Comunicación y sus elementos. Comunicación formal, informal, externa, interna en la Empresa. Sistemas de información en Relaciones Públicas aplicadas a la administración. Semiología. Semiótica.

### PUBLICIDAD APLICADA A LAS RELACIONES PUBLICAS

La publicidad y las relaciones públicas. Puntos de convergencia. Publicidad comercial, publicidad institucional. Propaganda. Publicidad privada, publicidad colectiva. Publicidad comunal

### INVESTIGACION Y EVALUACION DE RESULTADOS

Conceptos y métodos de investigación en el campo de las relaciones públicas. Seguimiento de campañas de relaciones publicas. Control de campañas de relaciones públicas. Planteamiento, diseño y ejecución de modelos de investigación en relaciones públicas.

LISTA DE MAESTROS

NOMBRE

LIC. DOC.

Alvarado G., Gildo Fco., M.B.A.

I-0167

Castro Vega, Oscar

I-0311

Cevo, Jean Herbert, Lic.

I-0096

Delgado, Carlos, Lic.

I-0185

Duarte, Julio Francisco, Ing.

I-0168

González, Claro

Venia Legendi

Lutschauning, Alfredo, M.B.A.

I-0037

Obando Jeannette, Lic.

I-0258

Pazos Ethel, Lic.

I-0274

Rugama, Carlos, M.B. A.

I-0230

Valverde, Luis Alberto

En trámite

Valladares, Blanda, Lic.

En trámite

## BIBLIOGRAFIA

- 1- Administración de Mercadotecnia  
John. A. Howard  
Editorial Diana, México, 1979.
- 2- Antropología Social y Lenguaje  
Biblioteca de Lingüística y Semiología  
Editorial Paidós, Buenos Aires, 1973
- 3- Casos de Mercadotecnia  
ESAN  
Konrad Fischer Ross, México, 1976.
- 4- Como se practican las Relaciones Públicas  
Washington Dante Illescas  
Editorial Librería Mitre, Argentina, 1971.
- 5- Como la Sociología ve el Mundo  
Louis Schneider  
Editorial Paidós, Argentina, 1980.
- 6- Comunicación  
Juan Luis Fuentes  
F, Hernández y Cía S.A, España, 1980.
- 7- Comunicación y Cultura  
Armand Mattelart  
Editorial Nueva Imagen, México, 1978.
- 8- Comunicación y Opinión Pública  
Eladio Ferrer Rodríguez  
B. Costa-Amic Editor, México, 1974.
- 9- Comunicación  
Luis Fernández Sosa  
South, Western Publishing

- 10- Comunicación y Sistemas de Comunicación  
Lee, Thayer  
Ediciones Península, España, 1975.
- 11- Comunicación y Sociedad Democrática  
Pedro Orive Riva  
Ediciones Pirámide S.A, España, 1978.
- 12- Comunicación y Cambio Social  
Peter Schenkel, Mario Ordóñez  
ILDIS-CIESPAL, Ecuador, 1975.
- 13- Curso de Economía Moderna  
Paul A. Samuelson  
Biblioteca de Ciencias Sociales, España 1975.
- 14- Curso de Administración Moderna  
Koontz y O. Donnell
- 15- Curso de Mercadotecnia  
Fuederick E. Webster  
Harla S.A DE C.V., México , 1977.
- 16- Dirección de Mercadotecnia  
P.H. LIP Kotler.  
Editorial Diana, México, 1980.
- 17- Economía  
Norvis C. Clement, John C. Poll  
Libros Mc Graw-Hill, México, 1978.
- 18- El cliente ante la adquisición de Productos  
Theodore Levitt  
Editorial Labor S.A, España 1978.
- 19- El mensaje Informativo  
José Luis Martínez Albertos  
Libros de Comunicación Social, España, 1977.

- 20- El Proceso de la Comunicación  
David Berlo  
Editorial "El Ateneo", Argentina, 1978.
- 21- Elaboración de Organigramas  
Gildo Fco. Alvarado Gutiérrez  
Editorial UNED, Costa Rica, 1980.
- 22- Estadística Aplicada a la Mercadotecnia  
Humberto Proamo  
Editorial Diana, México, 1977.
- 23- Fundamentos de Mercadeo  
Weldon I. Taylor, Roy T. Shaw, Jr.  
South, Western Publishing Co., Ohio, U.S.A, 1978.
- 24- Fundamentos de Marketing  
William J. Stanton  
Libros Mc. Graw- Hill, México, 1980.
- 25- Fundamentos de Mercadeo Moderno  
Cundiff, Stiff Govoni  
Editorial Prentice/Hall Internacional, España., 1979.
- 26- Fundamentos de la Investigación en Psicología Social  
William Crano  
Editorial El Manual Moderno S.A, México, 1977.
- 27- Fundamentos de Psicología  
Frank. A. Geldard  
Editorial Trillas, México, 1971.
- 28- Gramática de Comunicación  
Luis Fernández Soza  
South Western Publishing Co, USA, 1979.

- 29- Hacia una Comunicación Administrativa Integral  
Sergio Flores de Gortari, Emiliano Orozco Cutiérrez  
Editorial Trillas, México 1976.
- 30- Introducción a la Economía Positiva  
Richard G. Lipsey  
Editorial Vicens Vives, España 1977.
- 31- Introducción a la Publicidad  
A.T. Brewster, H.H Palmer, R.G Ingraham  
CECSA, 1980
- 32- Introducción a las Relaciones Públicas  
Federico Sevilla  
Editorial Bruño, España 1976.
- 33- Introducción a la Sociología  
Peter L. Berger  
Editorial Limusa, México, 1977.
- 34- Introducción a la Técnica de Investigación en Ciencia de la  
Administración y Comportamiento  
Fernando Arias Galicia  
Editorial Trillas, México, 1976.
- 35- Investigación de Mercados  
Green Frank  
Editorial Limusa, México, 1975.
- 36- Investigación Motivacional y Opinión Pública  
Nieto Rodríguez  
Interprint, 1976.
- 37- La Comunicación Eficaz  
Centro Regional de Ayuda Técnica  
Buenos Aires, Argentina, 1970.

- 38- La Opinión Pública  
Robert E. Lane , David Sears  
Editorial Fontanella  
España 1967.
- 39- La Opinión Pública  
Alfred Sauvy  
Oikos-Tau, S.A Ediciones, España 1970.
- 40- La Decisión del Consumidor y sus implicaciones en Marketing y  
Publicidad  
F.M Nicosia  
Editorial Ariel, España 1974.
- 41- Lenguaje y Comunicación  
L. Nuñez, Ladeveze  
Ediciones Pirámide S.A, España, 1977.
- 42- Manual Práctico de Relaciones Públicas  
Fernando Lizano  
Edita Revista "Relaciones Públicas", España 1980.
- 43- Nuestra Constitución Política  
Librería, Imprenta y Litografía Lehmann S.A  
San José, Costa Rica, 1978.
- 44- Mercadotecnia  
Martín L. Bell  
Compañía Editoria Continental, México, 1979.
- 45- Marketing Científico  
David B. Montgomery  
Ediciones Pirámide, España, 1977.
- 46- Planeamiento y Análisis Administrativo  
Gildo Fco. Alvarado Gutiérrez  
Editorial UNED, San José , Costa Rica, 1980.

- 47- Psicología y Sociología de Grupo  
Armando Bauleo y Otros  
Editorial Fundamentos, España 1979.
- 48- Psicología Industrial  
Mauren D. Dunnette  
Editorial Trillas, México, 1979.
- 49- Psicología del Trabajo  
A. Russel  
Ediciones Morata, Madrid, España, 1976.
- 49- Psicología Social  
David Krech  
Editorial Nueva
- 50- Psicología Aplicada  
Abraham P. Sporlig  
Compañía General de Edición S.A, México 1977.
- 51- Psicología Práctica para el Gerente de Ventas  
Thomas F. Stroh  
Compañía Editorial Continental, México, 1970.
- 52- Principios de Administración  
George R. Terry  
Compañía Editora Continental S.A, México, 1977.
- 53- Promoción, Sus elementos y Comportamiento  
Harpar W. Boyd, Sidney J. Levy  
Herrero Hermanos Sucesores S.A, México 1971.
- 54- Publicidad Comercial  
Dorothy Cohem  
Editorial Diana, México, 1980
- 55- Publicidad  
William H. Antrim, Eugene L. Dorr  
Libros Mc Graw-Hill, México 1979.

- 56- Quién teme a la Publicidad?  
Alberto Borrimí  
American Norildes Editores, Argentina 1976.
- 57- Relaciones Públicas  
H. Fraizer Moore, Bertrand R. Canfield  
Compañía Editorial Continental S.A, México 1980.
- 58- Relaciones Públicas  
Jorge Ríos Szalay  
Editorial Trillas, México 1976.
- 59- Relaciones Públicas  
C. Lougorvoy, M. Linon  
Editorial Hispano Europeo, España 1978.
- 60- Selecciones de Marketing  
Oikos- Tav  
Ediciones Barcelona, España 1967.
- 61- Sistemas de Información Básica  
Colección Ciencias Empresariales,  
W. Gray Houton  
Ediciones Pirámide, España 1973.
- 62- Sociología  
R.M. McIver y Charles H. Page  
Editorial Tecnos, España 1972.
- 63- Sociología  
Christine Haming, Pauline Matthews  
Publicaciones Culturales S.A, México 1978.
- 64- Sociología de la Comunicación  
Ber-Hard Badura  
Editorial Ariel, España 1979.

65- Teoría y aplicaciones de Marketing  
José Luis de Cordoba, José Torres R.  
Ediciones de Deusto, Portugal 1977.

66- Teoría de Marketing  
George Schwartz  
Editorial Labor, España 1976.

67- Ventas, Marketing, Publicidad  
Enciclopedia de la Empresa Moderna  
Ediciones Deusto, Portugal 1978.