

489

489.

COLLEGIUM LATINUM
RELACIONES PUBLICAS
Licenciatura

lic. Relaciones Públicas
O.A.C.A.

489

UNIVERSIDAD AUTONOMA DE CENTRO AMERICA

COLLEGIUM LATINUM

LICENCIATURA EN RELACIONES PUBLICAS

CURRICULUM

DECANO: DR. ROBERTO PODESTA AUBONE

VICE-DECANA Y MAESTRESCUELA: LIC. LORENA MADRIGAL ROJAS

UNIVERSIDAD AUTONOMA DE CENTRO AMERICA
COLLEGIUM LATINUM

LICENCIATURA EN RELACIONES PUBLICAS

CURRICULUM

I CUATRIMESTRE

<u>Código</u>	<u>Materia</u>	<u>Requisitos</u>	<u>Créditos</u>
134	Modelos de Relaciones Públicas I	---	3
94	Derecho Laboral	---	3
135	Métodos de Investigación	---	3
118	Historia de la Cultura	---	3

II CUATRIMESTRE

136	Modelos de Relaciones Públicas II	134	3
95	Derecho Mercantil	---	3
137	Seminario de Investigación I	135	3
138	Psicología del Desarrollo y de la Personalidad	---	3

III CUATRIMESTRE

139	Campaña de Relaciones Públicas I	---	3
140	Seminario de Investigación II	137	3
141	Sociología	---	6

IV CUATRIMESTRE

142	Campaña de Relaciones Públicas II	139	3
143	Semiología de la Comunicación	140	3
144	Práctica Profesional	---	6

MODELOS DE RELACIONES PUBLICAS I

- 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 públicas.
- 4.- La etapa transmisora: adopción de la actitud de solución de problemas.
- 5.- Análisis de los principios y fundamentos de motivación, aprendizaje y percepción.
- 6.- Consideraciones semánticas y antropológicas del mensaje.
- 7.- Comunicación de persona a persona y auditorios especializados.
- 8.- La disonancia cognocitiva y la difusión de innovaciones.

DERECHO LABORAL

- 1.- Derecho de trabajo o laboral
 - a) Definición
 - b) Código de trabajo
 - c) Derechos y obligaciones que regula el Código de Trabajo
 - d) Elementos de la relación laboral
- 2.- Concepto de patrono
 - a) Concepto de intermediario
 - b) Concepto de trabajador
- 3.- Interés del trabajador y conveniencia social en la interpretación del Código del Trabajo.
- 4.- Contrato individual de trabajo: Verbal. Escrito. Prueba.
 - a) Preaviso
 - b) Cesantía
- 5.- Contrato colectivo de trabajo
- 6.- Convención
- 7.- Reglamentos internos de trabajo
- 8.- Obligaciones de los patronos
- 9.- Obligaciones de los trabajadores

Primer Cuatrimestre

- 10.- Suspensión y terminación de los contratos de trabajo
- 11.- Jornadas de trabajo
 - a) Jornadas máximas
 - b) Trabajo de mujeres y menores de edad
 - c) Servidores domésticos
 - d) Trabajadores a domicilio
 - e) De las jornadas, descansos y de los salarios
- 12.- Días feriados y descansos semanales. Vacaciones anuales
- 13.- Salarios y medidas que lo protegen
- 14.- Salarios mínimos. Ley de aguinaldo
- 15.- Generalidades sobre condiciones de higiene y seguridad en el trabajo
- 16.- Concepto de riesgos profesionales. Responsabilidad en materia de riesgos profesionales.
- 17.- De las organizaciones sociales. De los sindicatos. Conflictos colectivos de carácter económico-social. Huelgas legales e ilegales.
- 18.- Tribunales de trabajo
 - a) Juzgados de trabajo
 - b) Tribunales de conciliación y arbitraje
 - c) Tribunal superior de trabajo
 - d) Casación
- 19.- Procedimientos (generalidades)
- 20.- Juzgamiento de faltas

METODOS DE INVESTIGACION

- 1.- Introducción: la ciencia
 - a) Ciencia y sentido común
 - b) Tipos de explicación científica
 - c) Concepciones de realidad y objetividad
 - c.1) Determinación de los significados de los conceptos de totalidad, movimiento, aprehensión intelectual de la realidad, atributos y relaciones.
 - c.2) Análisis y discusión del principio de objetividad
- 2.- El papel de la teoría y sus componentes

Primer Cuatrimestre

- a) Función de la teoría. Términos y componentes generales. Fundamentos ontológicos. Sistema de categorías y conceptos. Supuestos e hipótesis.
 - b) El proceso de la construcción y reconstrucción
 - c) Informe de investigación
 - d) Valores implícitos del investigador social
 - e) El proceso político y la imaginación como fuente de valores u orientaciones
- 3.- Principales corrientes epistemológicas determinadas a partir de la relación sujeto - objeto.
- a) Formalismo, intuicionismo, estructuralismo
 - b) Realismo, empirismo, pragmatismo
 - c) Racionalismo aplicado y estructuralismo genético
- 4.- Metodología de las ciencias sociales
- a) Leyes y ciencias sociales
 - b) El método dialéctico
- 5.- Componentes procesales de la investigación social
- a) El proceso lógico (longitudinal) de la investigación
 - a.1) Observación y praxis social
 - a.2) Planteamiento de hipótesis
 - a.3) Operacionalización del objeto de estudio
 - a.4) Comprobación estadística y de plausibilidad
 - b) El proceso epistemológico (transversal) de la investigación
 - b.1) Ruptura
 - b.2) Construcción
 - b.3) Comprobación
 - b.4) Vigilancia
 - c) El proceso operativo
 - c.1) Proyecto de investigación
 - c.2) Diseño de investigación
 - c.3) Organización de la investigación (estrategia)
- 6.- Introducción al conocimiento de las técnicas de recolección y procesamiento de la información
- a) Técnicas de información secundaria
 - b) Técnicas de información primaria
 - c) Procesamiento de la información
- 7.- Técnicas de análisis de la información
- a) Lógica del análisis
 - b) Lógica de la prueba
 - c) Enunciación de técnicas

Primer Cuatrimestre

8.- Macro-análisis

- a) Influencias, decisiones e impactos (Relaciones Públicas - Publicidad)

9.- Micro-análisis

HISTORIA DE LA CULTURA

- 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 subjetivo y como espíritu objetivo. La causa en los fenómenos culturales: causalidad 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 no 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 en la pintura, la escultura y la arquitectura europea. El gran barroco latinoamericana (México, Guatemala, Brasil, 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. Dantero 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 políticas 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 período de entre guerras (1914-1939). Las nuevas manifestaciones artísticas (cubismo, dadaísmo, el grupo Die Brücke, surrealismo, expresionismo). Picasso y Dalí, Matisse, Cezanne, 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.

MODELOS DE RELACIONES PUBLICAS II

- 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

DERECHO MERCANTIL

- 1.- El acto de comercio, comerciantes, capacidad jurídica. Menores de edad e incapaces. Prohibición para el ejercicio del comercio. Extranjeros. - La empresa individual de responsabilidad limitada.
- 2.- Sociedades. Concepto. Constitución Registro Mercantil. Sociedades de hecho y cuentas en participación.
- 3.- Registro Mercantil.
- 4.- Sociedades mercantiles. Clases.
- 5.- La sociedad en nombre colectivo. La sociedad encomandita.
- 6.- La sociedad de responsabilidad limitada. Responsabilidad de los socios. Razon social. Capital, suscripción y pago de cuotas. Cuotas nominati-
vas. Certificados. Transmisión. Aumentos de capital. Administración.

Segundo cuatrimestre

- 7.- La sociedad anónima. Responsabilidad de los socios. Denominación Capital social. Representación del capital social. Suscripción y pago. - Suscripción pública.
- 8.- La sociedad anónima (continuación). Acciones. Derechos que otorgan. - Clases de acciones. Acciones privilegiadas.
- 9.- Asambleas de accionistas. Ordinarias y extraordinarias.
- 10.- Administración y representación de la sociedad anónima.
- 11.- Nociones sobre poderes.
- 12.- Vigilancia de la sociedad.
- 13.- Disolución y liquidación de sociedades.
- 14.- Sociedades extranjeras.
- 15.- Obligaciones de quienes ejercen el comercio. Contabilidad.
- 16.- Auxiliares del comercio, comisionistas, portadores. Representantes de casas extranjeras. Cónsules. Dependientes. Factores.
- 17.- Principales contratos. Prenda. Compraventa mercantil. Venta de establecimientos mercantiles.
- 18.- Nociones generales sobre quiebra. Convenio preventivo.
- 19.- Diferentes valores. Cheque. Pagaré. Letra de cambio.

SEMINARIO DE INVESTIGACION I

- 1.- Las relaciones públicas y los empleados
- 2.- Organización y relaciones con accionistas
- 3.- Relaciones con proveedores
- 4.- Relaciones con la comunidad
- 5.- Relaciones gubernamentales
- 6.- Relaciones con el consumidor
- 7.- Elaboración de un diagnóstico en relaciones públicas

PSICOLOGIA DEL DESARROLLO Y DE LA PERSONALIDAD

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.

Segundo Cuatrimestre

4.- Problemas de la personalidad

- a) Concepto de anormalidad
- b) Origen individual y social de la Neurosis y la psicosis. La personalidad del inadaptado.

CAMPAÑAS DE RELACIONES PUBLICAS I

1.- Investigación

- a) Características generales y políticas de la empresa
- b) Definición de públicos que la constituyen
- c) Análisis de la opinión y actitudes de los públicos
- d) Análisis de los archivos de correspondencia

2.- Elementos de un plan

- a) Fines y objetivos
- b) Duración y etapas
- c) Medios de acción
- d) Recursos humanos y económicos

3.- Planificación

- a) Elaboración de planes y programas
- b) Presentación de dichos planes
- c) Selección del personal para ejecutarlos
- d) Elaboración de presupuestos
- e) Estudios de tiempo

4.- Ejecución

- a) Organización de campañas de Relaciones Públicas Internas y externas por cine, radio, televisión y prensa

5.- Evaluación

- a) Controlar los resultados de las acciones ejecutadas e introducción de los ajustes consiguientes

6.- Asesoramiento

- a) Definición de políticas de relaciones humanas
- b) Sugerir actitudes para tratamiento del público
- c) Sugerir políticas publicitarias
- d) Sugerir políticas de mercadotecnia

7.- Capacidad de observar

- a) Examen de objetos reales
- b) Escribir lo que se observó
- c) Comparación de objetos y fenómenos
- d) Diseño de objetos
- e) Concursos sobre quién observa más
- f) Detalles en una situación
- g) Consultas bibliográficas
- h) Medios audiovisuales
- i) Examen de contenido
- j) Asistencia a exposiciones y exhibiciones
- k) Encuesta de campo
- l) Demostración de resultados
- m) Técnicas de diagnóstico

Tercer Cuatrimestre

1.- Capacidad de análisis

- a) Diagnóstico de situaciones
- b) Estudio de casos
- c) Reflexión
- d) Método de proyectos
- e) Discusión dirigida
- f) Panel de discusión
- g) Panel de debate
- h) Juzgamiento de concursos y exhibiciones
- i) Análisis de proyectos
- j) Medios visuales
- k) Estudio dirigido
- l) Lectura individual dirigida
- m) Crítica de informes de investigación, tesis, etc.

SEMINARIO DE INVESTIGACION II

1.- Servicios de asistencia social

2.- Cooperativismo

3.- Sindicalismo

4.- Educación

5.- Economía

6.- Política

7.- Cultura

8.- Integración regional y organismos internacionales

SOCIOLOGIA

1.- La acción social

- a) Objeto de estudio de la sociología
- b) La interacción social
- c) Dos definiciones de la acción social: la subjetiva de Max Weber y la objetiva de Emile Durkheim
- d) Dos tradiciones complementarias. La tradición comprensiva. La tradición positiva. Condicionamientos de la orientación de la acción social
- e) Contribuciones teóricas y empíricas

3er Cuatrimestre

2- Los fundamentos normativos de la acción social

- a) Normas de orientación de la acción social
- b) El rol social
- c) Las sanciones
- d) La socialización
- e) El orden social natural
- f) Determinismo y libertad
- g) El sistema de acción social

3- Los fundamentos ideales y simbólicos de la acción social

- a) Los valores: definición y características
- b) Las opciones de valores
- c) Funciones sociales de los valores
- d) El simbolismo y la acción social
- e) El simbolismo: función de comunicación
- f) El simbolismo: función de participación

4- Cultura, Civilización e Ideología

- a) Breve visión histórica de la noción de cultura
- b) Definición de cultura
- c) Funciones de la cultura
- d) Cultura e instinto
- e) Cultura e ideología

5- Socialización, conformidad y desviación

- a) Los tres sistemas: sociedad, cultura, personalidad
- b) El proceso de socialización
- c) Los mecanismos de socialización
- d) Los agentes de socialización
- e) Medios ambientes de socialización
- f) Conformidad, varianza y desviación

6- La organización social: clasificaciones y tipología

- a) Cultura, estructura y organización social
- b) Tipología de las sociedades: dos problemas
- c) Criterios externos a la organización social y criterios parciales
 - c.1) Auguste Comte: el estado de los conocimientos
 - c.2) Marx y Engels: las relaciones de producción
 - c.3) Ferdinand Tönnies: fundamentos psíquicos de las relaciones sociales
- d) Criterios internos a la organización social
 - a) Herbert Spencer: complejidad creciente de las sociedades
 - b) Emile Durkheim: los tipos de solidaridad
 - c) Talcott Parsons: la capacidad de adaptación
 - d) Conclusiones

7- Sociedad tradicional y sociedad tecnológica

- a) La sociedad tradicional
- b) La sociedad tecnológica
- c) Tipos ideales y subtipos

Tercer Cuatrimestre

I.- Organización social: función, estructura y sistema

- a) La tradición analítica
- b) Función y funcionalismo
- c) Estructura y estructuralismo
- d) Análisis sistémico y dialéctica social

II.- El sistema social

- a) El sistema de la acción y sus subsistemas
- b) Jerarquía de los subsistemas de la acción
- c) Sistema social y sistema cultural
- d) La estructura del sistema social
- e) El análisis funcional del sistema social

III.- Cambio social y acción histórica: problemas de una sociología de la historia

- a) Tradición e insuficiencia de la sociología de la historicidad
- b) Evolución y cambio social
- c) La noción del cambio social
- d) Cambio social, acción histórica y proceso social
- e) Factores, condiciones y agentes del cambio
- f) Profetismo y previsión
- g) Los problemas que se plantean

IV.- Factores y condiciones del cambio social

- a) El factor demográfico
- b) El factor técnico
- c) La infraestructura económica
- d) Los valores culturales
- e) Las ideologías
- f) Conflictos y contradicciones

V.- Los agentes del cambio social

- a) Las élites
 - Tipología de las élites
 - Las élites y la acción histórica
- b) Los movimientos sociales y los grupos de presión
 - b1) Los movimientos sociales
 - b2) Los tres principios de los movimientos sociales según Touraine
 - b3) Tres funciones de los movimientos sociales
 - b4) Los grupos de presión
 - b5) Relaciones entre élites, movimientos y grupos

c) Motivación y necesidad de éxito

VI.- Industrialización, desarrollo y modernización

- a) Definiciones y distinciones
- b) Un modelo de desarrollo: transformaciones económicas, sociales, culturales y de las actitudes

Tercer Cuatrimestre

14.- Sistema colonial y descolonización

- a) Sistema colonial: rasgos característicos
- b) Descolonización

15.- El Proceso Revolucionario

- a) Antecedentes, factores y condiciones de las revoluciones
- b) La empresa revolucionaria
- c) Conclusión

CAMPAÑAS DE RELACIONES PUBLICAS II

Poner en práctica todo lo previsto en Campañas de Relaciones Públicas I, incluyendo:

1. Elaboración de boletines de prensa
2. Organización de conferencias de prensa
3. Elaboración de publicaciones internas
4. Dirección de mesas redondas y sesiones de grupo
5. Organización de actos culturales, conferencias, seminarios y congresos
6. Participación en los comités de empresa
7. Organización de actos celebratorios
8. Facilidades para información sobre la empresa
9. Facilidades para entrevista de directores
10. Sosténimiento de entrevistas y contactos telefónicos
11. Detectar los actos que puedan afectar al público
12. Procurar la integración de servicios al público
13. Dirección de los archivos de prensa, fotografía, cintas y clichés
14. Redacción de discursos y mensajes

SEMIOLOGIA DE LA COMUNICACION

- 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

Cuarto Cuatrimestre

- 8.- El signo en las relaciones públicas
- 9.- El proceso de semiosis
- 10.- Modelos de análisis comunicacionales

PRACTICA PROFESIONAL

Actividades para la Práctica Profesional

- 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

OBJETIVOS DE CADA ASIGNATURA

I CUATRIMESTRE

Modelos de Relaciones Públicas I y II

El desarrollo de esta materia tendrá como base tres modelos institucionales referidos 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 disponen 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 incluyen empresas públicas y privadas - en sus diversas modalidades.

Objetivos:

A. General

Que el graduado tenga una clara comprensión de los modelos básicos institucionales de Costa Rica con relación a la función de relaciones públicas.

B. Específicos

Al término del curso, el graduado estará en capacidad de planear y ejecutar programas de relaciones públicas para instituciones o empresas - que: a) no tienen servicio de relaciones públicas, b) tienen actividades parciales de relaciones públicas y c) organizaciones o empresas que cuentan con una adecuada estructura del servicio de relaciones públicas.

El graduado en relaciones públicas, estará en capacidad de percibir y evaluar situaciones en las cuales determinará los fundamentos teóricos y la ejecución prácticas de las acciones requeridas.

Derecho Laboral

Trata sobre los derechos y obligaciones que regula el Código de Trabajo y los elementos de la relación laboral.

Métodos de Investigación

Proporcionar los conocimientos básicos en Metodología de la Investigación Científica a fin de contribuir en la formación del soporte teórico, técnico y ético sobre el cual se desarrolle la capacitación en la elaboración y ejecución de proyectos de investigación.

Contribuir al conocimiento y análisis crítico del proceso general de la investigación social.

Introducir a los estudiantes en el uso y procedimientos de las principales técnicas de recolección de informes para la investigación social.

Introducir a los estudiantes en el conocimiento de algunos modelos de análisis de la información.

Introducir a los estudiantes en el conocimiento del papel y utilidad de la investigación en el campo de las Relaciones Públicas y carreras afines.

Historia de la Cultura

Concepto de cultura. La cultura clásica. 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.

II CUATRIMESTRE

Derecho Mercantil

Aspectos legales del comercio. Las sociedades: conceptos, tipo, organización y disolución. Actitudes relacionadas con el comercio. Contratos. Quiebra.

Seminario de Investigación I

Es de suma importancia investigar cada uno de los públicos que conforman el ámbito profesional del relacionista público. El enfoque del Seminario será práctico y estará basado en unidades que investigarán los estudiantes durante el cuatrimestre.

Psicología del Desarrollo y la Personalidad

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.

III CUATRIMESTRE

Campañas de Relaciones Públicas I

Curso dirigido al refrescamiento y ampliación de la visión de las campañas de

Relaciones Públicas ofensivas, preventivas y defensivas.

Una vez concluido el curso, el alumno debe estar en condiciones de:

- Citar los elementos que componen una campaña de relaciones públicas, interna y externa;
- Hacer la diferencia entre los diferentes tipos de campañas de relaciones públicas, así como de sus acciones;
- Describir los medios técnicos que se debe utilizar; y
- Sugerir programas de relaciones públicas

Seminario de Investigación II

Con base en la investigación e informaciones recogidas en el Seminario I, se elaborarán programas y campañas de relaciones públicas. De igual manera que en el anterior seminario, se harán trabajos prácticos con base en unidades y módulos.

El objetivo es capacitar al estudiante para diseñar una campaña o un programa de relaciones públicas con pleno conocimiento teórico y cabal información de la realidad del país en el campo de las relaciones públicas.

Sociología

Por medio del conocimiento y análisis de los temas y conceptos básicos de la Sociología contemporánea, el estudiante estará en capacidad de:

Conocer los fundamentos de la actividad histórico-social

Analizar las estructuras y funcionamiento de las organizaciones sociales

Analizar y comparar las principales teorías que pretenden explicar la actividad histórico-social del hombre

Aplicar los conceptos y teorías sociológicas al análisis de los fenómenos de su propia sociedad, concernientes a su campo de estudio.

IV CUATRIMESTRE

Campaña de Relaciones Públicas II

Práctica de campañas de relaciones públicas internas y externas. Las tareas de comunicación para instrumentalizar un programa de relaciones públicas.

Durante el estudio, el alumno debe estar en capacidad de:

- Diseñar y elaborar una campaña de relaciones públicas interna;
- Diseñar y elaborar una campaña de relaciones públicas externa y
- Dirigir la confección de los instrumentos a utilizar en dichas campañas

Semiología de la Comunicación

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, será 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.

Práctica Profesional

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 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.

Objetivos del curso:

- Aplicar a situaciones reales, el conocimiento teórico adquirido
- Conocer el funcionamiento global de una institución y, particularmente la función de relaciones públicas
- Facilitar la autoreflexión en el orden profesional como futuros relacionistas públicos
- Explorar las posibilidades de extensión de los servicios de relaciones públicas a otros campos afines

Objetivos específicos:

- Aplicar las técnicas y los procedimientos de relaciones públicas requeridos en el ejercicio de la profesión.
- Planificar su labor atendiendo los lineamientos emanados de las autoridades de la empresa.
- Planificar, ejecutar y evaluar: Cuatro planes mensuales de trabajo en coordinación con un nivel directivo de la institución en donde realiza la práctica; realizar cuatro informes mensuales, evaluando lo ejecutado en los planes mensuales; aplicación, tabulación e interpretación de un cuestionario de opinión.
- Analizar la estructura del sistema de comunicación costarricense y el panorama de las relaciones públicas en el país.

PROFESORES A CARGO DEL PROGRAMA DE LICENCIATURA EN RELACIONES PUBLICAS

Modelos de Relaciones Públicas I	Rudy Guerrero Portales	Pro-tempore
Derecho Laboral	Milton Ruiz Guzmán	I-011-00217
Métodos de Investigación	Roberto Podestá Aubone	I-0087
Historia de la Cultura	German Tjarks De Boer	I-0252
Modelos de Relaciones Públicas II	Rudy Guerrero Portales	Pro-tempore
Derecho Mercantil	Milton Ruiz Guzmán	I-011-00217
Seminario de Investigación I	Rudy Guerrero Portales	Pro-tempore
Psicología del desarrollo y de la Personalidad	Delfín Gialluca Jofré	En trámite
Campaña de Relaciones Públicas I	Johnny Vargas Durán	En trámite
Seminario de Investigación II	Johnny Vargas Durán	En trámite
Sociología	Roberto Podestá Aubone	I-0087
Campaña de Relaciones Públicas II	Johnny Vargas Durán	En trámite
Psicología de la Comunicación	Roberto podestá Aubone	I-0087
Práctica Profesional	Rudy Guerrero Portales	Pro-tempore

BIBLIOGRAFIA

Cuatrimestre I

Modelos de Relaciones Públicas I

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

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

Derecho Laboral

Pérez, Víctor, La jurdisprudencia de intereses, EUNED, 1983.

Valverde K., Mercedes; Legislación Laboral, EUNED, 1983.

Villalobos Q., Enrique; Introducción al Derecho Tributario; EUNED, 1983

Barrantes B., Walter; Legislación Tributaria Costarricense; EUNED, 1983

Métodos de Investigación

Ander Egg, Ezequiel; Introducción a las técnicas de la investigación social; 1978.

Arellano, Jaime; Elementos de Investigación; UNED, 1980.

Barton, Allen; Conceptos y variables en la investigación social; 1978.

Bunge, Mario; La ciencia, su método y su filosofía; 1976.

Cardoso, C. y Pérez, B.; Los métodos de la Historia; Barcelona, 1976.

Copi, Irving; Introducción a la Lógica; Buenos Aires, 1978.

Goode, William y Hatt, Paul K.; Métodos de Investigación Social; México, 1967.

Hegemberg, Leonidas; Introducción a la Filosofía de la Ciencia; Barcelona, 1969.

Kosik, Karel; Dialéctica de lo Concreto; México, 1976.

Podestá, Roberto; Fundamentos del Saber Científico; Collegium Latinum, 1984.

Podestá, Roberto; Principios de Lógica Simbólica I, II; Collegium Latinum, 1983 - 1984

Podestá, Roberto; La Naturaleza de la Ciencia; UNA, 1977.

Young, Pauline; Métodos Científicos de Investigación Social; México, 1959.

Zubizarreta, Armando F.; La Aventura del Trabajo Intelectual; Panamá, 1969.

Historia de la Cultura

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

Pirenne, Jacques; Historia Universal; México, 1980.

Crouzet, Maurice (dir); Historia General de las Civilizaciones; Barcelona, 1967.

Cuatrimestre II

Modelos de Relaciones Públicas II

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

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

Derecho Mercantil

Pérez, Víctor; La Jurisprudencia de intereses; EUNED, 1983.

Valverde K., Mercedes; Legislación Laboral; EUNED, 1983.

Villalobos Q., Enrique; Introducción al Derecho Tributario; EUNED, 1983.

Barrantes B., Walter; Legislación Tributaria Costarricense; EUNED, 1983.

Seminario de Investigación I

Moore, Frazier y Canfield, Bertrand R.; Relaciones Públicas. Principios, Casos y Problemas. México, 1982.

Berelson, Bernard y Janowitz, Morris; Sectores en la Opinión Pública y Comunicación. New York, 1966.

Raymond, Simon; Perspectivas en Relaciones Públicas. Oklahoma, 1966.

Weiner, Richard; Guía Profesional para los servicios de relaciones públicas.

Schawartz, Alvin; Evaluación en Relaciones Públicas. New York, 1965.

Psicología del desarrollo y de la Personalidad

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

Eysenck, H.J.; The Structure of Human Personality London. Methuen and Co., 1960.

Lersch, Philipp; Psicología Social. Barcelona, 1973.

Cuatrimestre III

Campaña de Relaciones Públicas I

- Marston, John; Relaciones Públicas Modernas. México, 1981.
- Lesly, Philip; Nuevo Manual de Relaciones Públicas. Barcelona, 1981
- Moore y Canfield; Relaciones Públicas: principios, casos y problemas. México, 1980
- Tapia, Ernesto; Relaciones Públicas en los Sindicatos. Heredia, 1983.
- Blanc, Marcelo; Cómo Investigar. San José, 1979.
- Bordenave, Carvalho; Planificación y comunicación. Quito, 1978.
- Maletzke, Gerhard; Sicología de la comunicación social. Quito, 1976.

Seminario de Investigación II

- Moore, Frazier y Canfield, Bertrand R.; Relaciones Públicas. Principios, Casos y Problemas. México, 1982.
- Berelson, Bernard y Janowitz, Morris; Sectores en la Opinión Pública y Comunicación. New York, 1966.
- Simon, Raymond; Perspectivas en Relaciones Públicas. Oklahoma, 1966.
- Weiner, Richard; Guía Profesional para los servicios de relaciones públicas.
- Schawartz, Alvin; Evaluación en Relaciones Públicas. New York, 1965.

Sociología

- Rocher, Yury; Introducción a la Sociología General, Barcelona, 1977.

Cuatrimestre IV

Campaña de Relaciones Públicas II

- Cirigliano, Gustavo; Relaciones Públicas. Buenos Aires, 1977.
- Flores, Francisco; Relaciones Públicas: ciencia de la integración humana. Lima, 1981.
- Lozano, Fernando; Manual práctico de Relaciones Públicas. Madrid, 1980.
- Ríos, Jorge; Relaciones Públicas. Su administración en las organizaciones. México, 1978.
- Marcellin, A. La publicidad en diez lecciones. Barcelona, 1967.
- Warren, Carl; Géneros periodísticos informativos. Barcelona, 1979.
- Watts, Reginald; La nueva publicidad. Barcelona, 1974.

Semiología de la Comunicación

Schramm, Wilbur y Roberts, Donald; El Proceso y efecto de la comunicación. Illinois, 1971.

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

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

Hall, Edward. El lenguaje Silencioso. New York, 1959.