



DIPLOMADO EN RELACIONES PÚBLICAS

3^a Generación

Duración: 120 horas

Horario: Sábados de 9 a 14 horas



DIPLOMADO EN RELACIONES PÚBLICAS Tercera Generación

Diplomado en Relaciones Públicas Sábados de 09:00 a 14:00 horas

Inicio: 24 de septiembre de 2017, en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales.

Duración:

El diplomado tiene una duración de 120 horas de trabajo teórico y práctico.

Coordinadora Académica

Lic. Susana Balderas Lara

Objetivos Generales:

Brindar a los alumnos y egresados de la carrera de comunicación y afines herramientas que coadyuven a su práctica profesional en el campo de las relaciones públicas.

Crear sinergias con agencias de relaciones públicas, así como empresas del sector privado y gubernamental para la práctica profesional.

Posicionar a la carrera de comunicación de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, líder en el campo de las relaciones públicas.





Temario:

Módulo I. ¿Qué son las Relaciones Públicas?

1. Definiciones.
2. Historia y antecedentes.
3. Perfil del publicirrelacionista.
4. Declaración de las relaciones públicas.
5. Habilidades del publicirrelacionista.
6. Códigos de ética.
7. Marco legal.
8. Casos de estudio.
9. Taller.

Módulo II. Teorías de comunicación de relaciones públicas y públicos.

1. Teoría de las relaciones.
2. Teorías del conocimiento y del comportamiento.
3. Teorías de la comunicación masiva.
4. Planteamiento de la resolución de conflictos.
5. Clasificación de públicos.
6. Internos y externos.
7. Relaciones con los medios.
8. Relaciones con la industria.
9. Relaciones gubernamentales



Módulo III. Importancia de los medios en el ejercicio de las relaciones públicas.

1. Panorama general de los medios.
2. Locales, nacionales y extranjeros.
3. Agencias de noticias.
4. Géneros periodísticos.
5. Fuentes.
6. Diferencias (ventajas y desventajas).
7. Relación entre periodistas y publirrelacionistas.
8. La importancia de la información en el diseño de estrategias y toma de decisiones
9. Monitoreo periodístico.
10. Casos de estudio.
11. Taller

Módulo IV. 4.- Las redes sociales como herramientas de relaciones públicas.

1. La internet.
2. Sitios institucionales.
3. Sitios de atención al consumidor.
4. Sitios móviles y aplicaciones.
5. Redes sociales y medios emergentes.
6. Desarrollo de estrategia.
7. Monitoreo digital (redes sociales).
8. Casos de estudio.
9. Taller.



Módulo V. Campos afines

1. Relaciones públicas internas y externas.
2. Gestión de las agencias worldwide, locales y boutiques.
3. Publicidad.
4. Marketing.
5. Periodismo.
6. Periodismo científico
7. Comunicación política
8. Opinión pública/confianza
9. Casos de estudio.

Módulo VI. Cómo organizar una rueda de prensa exitosa.

1. Cuándo y cómo se convoca a una rueda de prensa.
2. Rueda de prensa/logística/requerimientos.
3. Manual.
4. Audiencias. (medios y líderes de opinión).
5. Carpeta de prensa.
6. Casos de estudio.
7. Taller.



Módulo VII. Medios y líderes de opinión.

1. ¿Qué es un líder de opinión?
2. La entrevista.
3. Investigación y sensibilización.
4. Acercamiento con los medios y líderes.
5. Desarrollo de estrategia.
6. Coordinación de entrevistas en medios impresos y electrónicos.
7. Cuestionarios
8. Fichas de entrevistas
9. Seguimiento/ monitoreo
10. Estudio de casos.
11. Taller.

Módulo VII. Manejo de crisis

1. ¿Qué es una crisis?
2. Detección de escenarios.
3. Manual de crisis.
4. Entrenamiento de voceros.
5. Monitoreo.
6. Estudio de casos.
7. Taller.



Módulo IX. Diseño de campañas de relaciones públicas.

Empresarial/institucional/política

1. Análisis
2. Objetivos.
3. Audiencias.
4. Planeación.
5. Estrategia.
6. Ejecución/ tácticas.
7. Creatividad.
8. Obstáculos.
9. Presupuestos.
10. Presentación.
11. Evaluación y medición del éxito.
12. Casos de estudio.

Módulo X. Trabajo final: Desarrollo de estrategia de campaña de relaciones públicas.

1. Análisis, estrategia creativa, audiencias, convocatoria, actividades, presupuesto, logística, monitoreo, etc.
2. Presentación al cliente.

Evaluación:

- Obtener, mínimo 80, como calificación final y haber cubierto al menos el 80 % de las asistencias.
- Trabajos parciales.
- Trabajo final.



DIPLOMADO EN RELACIONES PÚBLICAS Tercera Generación

Lic. Susana Balderas Lara

Cuenta con una vasta experiencia en el área de las relaciones públicas de más de 20 años, adquirida en las principales agencias de relaciones públicas locales y globales y asesorías independientes. Campo de experiencia en México y los Estados Unidos.

Algunos de sus trabajos han sido:

Arte & Cultura y Educación

Festival Internacional de la Imagen (Universidad Autónoma de Estado de Hidalgo)

Asociación de Cónyuges Diplomáticos (Subasta de arte)

Instituto Culinario de México, Puebla.

Universidad Intercontinental (Facultad Psicología)

Productos

Mabe, Adidas, Ferrero de México, Tequila Don Julio, Absolut, entre otras.

Sector Turístico

Secretaría de Turismo (Tianguis Turístico, imagen Secretario, promoción destinos turísticos y Premio Nacional de Periodismo, salas de prensa, manejo de crisis, etc.)

Camino Real (Imagen corporativa).

Boeing Commercial Airplane Group. Aeronáutica (Imagen Corporativa).

ETN, Meliá Azul Ixtapa, Grupo Costamex, entre otras.

