ASIGNATURA: RELACIONES HUMANAS

Carrera: Licenciatura en Relaciones Públicas

Profesor a cargo: Mg. Gabriel Stortini

Equipo docente: Lic. Gerardo Nigro

Año: 2023

Programa De Relaciones Humanas 2023

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOMAS DE ZAMORA

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

LICENCIATURA EN RELACIONES PÚBLICAS

Programa de la Unidad Curricular:

MATERIA: RELACIONES HUMANAS

Cátedra:

Titular: Mg. Gabriel Stortini

Ayudante de Cátedra: Lic. Gerardo Nigro

Carga Horaria:

Primer cuatrimestre: miércoles de 8.00 a 12.00 hs.

Segundo cuatrimestre: miércoles de 18.00 a 22.00 hs.

ENCUADRE

La cátedra considera el estudio de las Relaciones Humanas, como la introducción al estudio específico de las relaciones interpersonales dentro de una organización, considerando a las mismas como parte fundamental de la labor del Licenciado en Relaciones Públicas, como administrador de las comunicaciones internas, de la imagen, el posicionamiento y la reputación, en el marco de la construcción identitaria de una institución. El estudio de principios básicos de la Comunicación, la Psicología, la Sociología, la Antropología y la Administración le permiten al alumno adentrarse en un proceso transdisciplinario, característico del trabajo actual de los profesionales de la comunicación.

El **perfil** profesional del Licenciado en Relaciones Públicas de la Universidad Nacional de Lomas de Zamora. se presenta como un egresado universitario capaz de producir la imagen institucional de personas y organizaciones, de diseñar, planificar, evaluar e implementar acciones destinadas a la construcción de dicha imagen y a la optimización de las relaciones de la organización con sus públicos internos y externos. Como así también, realizar estudios e investigaciones relativos a la imagen institucional y a las relaciones de la organización con sus públicos. Dicho perfil intenta formar graduados con un enfoque social priorizando cuestiones sociológicas, filosóficas y en materia psicológica.

Atendiendo a la especificidad del **perfil de la carrera**, esta cátedra pretende aportar al futuro egresado la posibilidad de poder identificar y poner en discusión distintas variables que, centradas en el eje del análisis de las propias prácticas, posibiliten trabajar en torno a la intervención e

investigación disciplinar. Por tal razón, se considera oportuno abordar una línea de análisis que vaya de lo particular a lo general con una secuencia práctica-teoría-práctica, la cual colaborará con la construcción del sentido crítico y la reflexión. El alumno que transite esta Unidad Curricular podrá acreditar conocimientos que le permitan prepararse para la práctica de las Relaciones Públicas como un proceso

PROPÓSITOS

Que los estudiantes:

- ✔ realicen una revisión histórica de los procesos de resignificación humana a partir de la aparición de la máquina en el proceso industrial;
- ✔ analicen las diferentes escuelas de administración y sus relaciones con los procesos históricos que se producían paralelamente;
- ✔ tengan una visión crítica del funcionamiento de los recursos humanos en las organizaciones de hoy;
- ✔ conozcan los aportes de otras ciencias y disciplinas al estudio del hombre dentro de las organizaciones, y sus procesos comunicacionales de hoy; y,
- ✔ se introduzcan en el funcionamiento de las relaciones públicas en la Argentina del nuevo siglo.

OBJETIVOS

Los objetivos de esta Cátedra son:

- ✔ introducirnos en el estudio de la historia de las relaciones humanas desde la revolución industrial hasta este fin de siglo. el aporte de la Psicología, Sociología, Antropología, Economía y la Comunicación en este proceso de resignificación del hombre con respecto al rol de la máquina en una organización;
- ✔ construir un espacio donde poder reflexionar sobre el funcionamiento de los recursos humanos en las empresas, a partir de su estructuración administrativa;

- ✔ analizar y trabajar como profesionales egresados de una universidad pública, para el mejoramiento de la calidad de vida y sus los procesos comunicacionales dentro de una organización; y,

- ✔ realizar la primera introducción en las futuras áreas de trabajo del estudiante de la licenciatura en relaciones públicas, intentando generar un compromiso real para el mejoramiento en los procesos de interacción entre individuos en las empresas de hoy, con las técnicas de comunicación desde el trabajo interno de la organización.

CONTENIDO

Unidades Didácticas

A) CONTENIDOS TEMÁTICOS POR UNIDAD DIDÁCTICA

UNIDAD 1: INTRODUCCIÓN A LAS RELACIONES HUMANAS: LA CONDICIÓN HUMANA ACTUAL

La definición de las Relaciones Humanas (RR.HH.). La importancia de las RR.HH. Origen. Factores que influyen en las RR.HH. Conceptos Básicos.

La pluralidad humana: acción, discurso y alteridad. La trama de las relaciones humanas. Límites y frontera de la acción. La facultad de prometer. El poder y el espacio de aparición. La condición humana actual.

Los principales postulados de la teoría posmoderna de las Relaciones Públicas.

Metamorfosis de la cultura liberal: el alma de la empresa, ¿mito o realidad? Los factores y los tres niveles de la ética organizacional.

Bibliografía por unidad temática:

Dalton, M. *et al* (2006). Relaciones humanas. México: Cengage Learning Editores (Unidad 1)

Arendt, H. La condición humana. Barcelona: Paidós.

Lipovesky, G. (2003). La metamorfosis de la cultura liberal. Barcelona: Editorial Anagrama.

UNIDAD 2: LOS PÚBLICOS DESDE LAS PESPECTIVAS DIRECTIVAS Y NO DIRECTIVAS DE LAS RELACIONES PÚBLICAS

Las perspectivas directivas de las Relaciones Públicas: la teoría situacional de los públicos. Fundamentos e implicaciones básicas. Aplicaciones y extensión de la teoría. Situación actual de la teoría situacional de los públicos.

Las perspectivas no directivas de las Relaciones Públicas: perspectivas del homo narrans. Proceso de poder en la esfera pública según Chay Nemeth. Zonas de significado y posiciones públicas

Bibliografía por unidad temática:

Grunig, J. y Hunt, T. (2003). Dirección de relaciones públicas. Barcelona: Gestión 2000.

Miguez González, M. (2010). Los públicos en las relaciones públicas. Barcelona: Editorial UOC.

UNIDAD 3: LA COMUNIDAD COMO IDEAL DE LAS RELACIONES PÚBLICAS

La comunidad desde la perspectiva Funcionalista. Lineamientos y criterios de los programas de las relaciones públicas dirigidas a la comunidad. La noción de comunidad en las Relaciones Públicas. Razones para la introducción del concepto de comunidad. La comunidad y los públicas: ¿conceptos, sinónimos o complementarios? La esfera pública. La incorporación de la noción de esfera pública a las Relaciones Públicas. El papel de las Relaciones Públicas en la esfera pública.

Bibliografía por unidad temática:

Lattimore, Dan. (2008). “La naturaleza de las Relaciones Públicas” en Relaciones con la comunidad. México: Mc Graw Hill.

Miguez González, M. (2010). Los públicos en las relaciones públicas. Barcelona: Editorial UOC.

UNIDAD 4: VÍNCULOS COMO LA VÍA DE LAS RELACIONES PÚBLICAS DIGITALES

Branding PR. Los vínculos, los valores y los usuarios. Comunidades y nuevos actores en las relaciones públicas y la comunicación. Generación de contenido, la importancia de crear buenas historias: story – history – storytelling – storydoing- brand content. Community Manager y otras nuevas profesiones. El Social Media Strategy. El Social Media Management. El Social Media Analyst. Buenas Prácticas en CM. Campañas en línea.

Bibliografía por unidad temática:

ADECE, Asociación de Empresas Consultoras en Relaciones Públicas y Comunicación.

Capriotti, P. (2009). Branding corporativo fundamentos para la gestión estratégica de la identidad corporativa. Chile: Colección de libros de empresa.

Lamelo, C. (2014). Follow Friday. Método estratégico de comunicación 2.0 y marqueting digital. Barcelona: Editorial UOC.

FERNANDEZ GOMEZ, Jorge, GORDILLO RODRIGUEZ María Teresa. (2020). "Branding de Comunidades, Marcas y colectivos de consumo". Barcelona: Reverte Aguilar.

UNIDAD 5: COMUNICACIÓN Y REPUTACIÓN INTERNA.

La comunicación en las instituciones. El nuevo enfoque de la comunicación organizacional: Intracomunicación. La cultura organizacional y la Intracomunicación. Tratamiento Profesional de la intracomunicación.

Reputación interna. Las claves de la reputación interna.

Bibliografía por unidad temática:

Elías, J y Mascaray, J. (2003). Más Allá de la comunicación Interna: La intracomunicación.

Villafañe, J. (2002). Quiero trabajar aquí, las seis claves de la reputación interna. Madrid: Pearson.

UNIDAD 6: RELACIONES PÚBLICAS 3.0, LA COMUNICACIÓN DEL FUTURO

De la revolución horizontal a la revolución permanente. Agentes del cambio: Millenial y post-millenials. Las marcas en la era digital. Economía digital y transformación de las organizaciones. El mundo como mercado. Branketing. Las C más mencionadas: contenido. El producto se olvida, la experiencia no. La nueva mentalidad: del diseño al valor

Bibliografía por unidad temática:

Arébalo, A. (2015). Reputación en la era del control social. Buenos Aires: Empresa Activa

Stalman, A. (2014). Brand Off On. El branding del futuro. Buenos Aires: Distal SRL.

Van Peborgh, E. (2010). Odisea 2.0. Las marcas en los medios sociales. Buenos Aires: La Crujía

UNIDAD 7: LAS RELACIONES PÚBLICAS EN LA CULTURA PROMOCIONAL Y GESTIÓN DE IMPRESIONES

Cultura y Relaciones Públicas. Cultura promocional. Estudios culturales y Relaciones Públicas. Las Relaciones Públicas como práctica cultural. Las Relaciones Públicas y los estudios de la vida cotidiana. Estilo de vida. Celebridad. El papel de las Relaciones Públicas en la celebridad: Red Carpet y Red Page. Gestión de impresiones. Habilidades para gestionar las impresiones.

Bibliografía

L'Etang, J. (2009). Relaciones públicas. Conceptos, práctica y crítica. España: Editorial UOC.

DISPONIBILIDAD DEL TIEMPO

CLASE	**TEMA**
1	
2	
3	
4	
5	
6	**PRIMER PARCIAL**
7	
8	
9	
10	
11	
12	
13	**SEGUNDO PARCIAL**
14	**RECUPERATORIO**
15	**CIERRE**

METODOLOGIA

La cátedra propone un trabajo de análisis y reflexión teórica que anime a concretar el desafío desde lo personal y lo grupal. Invita a que la reflexión del conjunto se transforme en metodología básica y a la vez marco de conocimiento. Se partirá del análisis y reflexión de los alumnos, de su

experiencia y de la lectura de la bibliografía obligatoria y aconsejada. Los docentes coordinarán la reflexión y realizarán aportes teóricos y prácticos mediante el dictado de una clase teórica y una práctica por día. El proceso global de la propuesta será evaluado a través de dos exámenes parciales.

Las clases presenciales contemplando los lineamientos, criterios y objetivos de la asignatura.

SISTEMA DE EVALUACIÓN

Regularización a través de dos exámenes parciales con opción a un examen recuperatorio. Aprobación con examen final. La instancia de recuperación corresponde a alumnos ausentes o aplazados en una de las dos evaluaciones. Los alumnos deberán cumplir con el 75% de asistencia.

NOTA

La cátedra trabaja con social media y Google classroom donde se encontrará el material bibliográfico complementario y obligatorio digitalizado y recursos audiovisuales.

Google Classroom: Relaciones Humanas UNLZ Facultad de Ciencias Sociales

Canal de You Tube: Máster Gabo (aquí se graban las clases virtuales)

Facebook: **Cátedra Relaciones Humanas – UNLZ**

Instagram: Ídem

Email de cátedra: relacioneshumanasunlz@gmail.com

Programa actualizado 2023.