RESOLUCIÓN DECECO Nº: 481-21

Salta, 30 JUN 2021

EXPEDIENTE Nº: 6316/21

V I S T O: Los **contenidos programáticos**, para el Período Lectivo 2021, de la asignatura **RELACIONES PÚBLICAS Y PROTOCOLO**, del segundo cuatrimestre de tercer año de la carrera Tecnicatura Universitaria en Gestión de Turismo, Plan de Estudios 2013, que se dicta en la Extensión Áulica Cafayate, de esta Universidad, presentados por la Esp. Samanta Ivone FERNÁNDEZ, Profesora Adjunta Temporaria de la mencionada asignatura, y;

CONSIDERANDO:

Que por Resolución CD-ECO Nº 295/18 se establece la modalidad de presentación y aprobación de los contenidos programáticos y de las planificaciones de las diferentes cátedras que componen los planes de estudios dependientes de esta Unidad Académica.

Que la propuesta presentada cumple con las normativas vigentes de aplicación – Resolución CS Nº 521/13.

Que a fs. 6 del Expediente de referencia, obra Despacho Nº 142/21 de la Comisión de Docencia donde aconseja la aprobación de los contenidos programáticos de la asignatura RELACIONES PÚBLICAS Y PROTOCOLO, Tecnicatura Universitaria en Gestión de Turismo, Plan de Estudios 2013, localidad de Cafayate.

Que el Art. 113, inc. 8 de la Resolución A. U. Nº 01/96 –Estatuto de la Universidad Nacional de Salta establece como una atribución del Consejo Directivo la de aprobar programas analíticos y la reglamentación sobre régimen de regularidad y promoción.

Que mediante las Resoluciones Nº 420/00 y 718/02, el Consejo Directivo de esta Unidad Académica, delega al Señor Decano las atribuciones antes mencionadas.

POR ELLO: en uso de las atribuciones que le son propias,

EL DECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS, JURÍDICAS Y SOCIALES
R E S U E L V E:

ARTICULO 1º.- APROBAR los **contenidos programáticos**, para el Período Lectivo 2021, que obran de fs. 2 a 4 del Expediente de referencia, de la asignatura **RELACIONES PÚBLICAS Y PROTOCOLO**, del segundo cuatrimestre de tercer año de la carrera Tecnicatura Universitaria en Gestión de Turismo, Plan de Estudios 2013, que se dicta en la Extensión Áulica Cafayate, de esta Universidad, presentados por la Esp. Samanta Ivone FERNÁNDEZ, Profesora Adjunta Temporaria de la mencionada asignatura, y que obran como Anexo I, de la presente Resolución.

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS, JURIDICAS Y SOCIALES - UNSA

ARTICULO 2º.- HÁGASE SABER a la Profesora Samanta Ivone FERNÁNDEZ, a la Extensión Áulica Cafayate a las Direcciones General Académica, de Alumnos y de Informática y al C.E.U.C.E., para su toma de razón y demás efectos.

ahl/os

Cra. María Rosa Panza de Miller
Secretaria de As. Académicos
Fac. Cs. Econ. Jur. y Soc. - UNSa.

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS, JURIDICAS Y SOCIALES - UNSA -

Esp. ANGÉLICA ELVIRA ASTORGA
VICE DECANA
Fac. de Cs. Econ. Jur. y Soc. - UNSa

ANEXO I – RESOLUCIÓN Nº 481-21

CONTENIDOS PROGRAMÁTICOS

ASIGNATURA: **RELACIONES PÚBLICAS Y PROTOCOLO**

CARRERA: Tecnicatura Universitaria en Gestión de Turismo
SEDE: Ext. Áulica Cafayate
AÑO DE LA CARRERA: 3º Año
CUATRIMESTRE: Segundo
PLAN DE ESTUDIOS: 2013
PERÍODO LECTIVO: 2021
CARGA HORARIA TOTAL: 60 horas:
SEMANAL: 4 horas

EQUIPO DOCENTE:

DOCENTE	GRADO ACADÉMICO MÁXIMO	CATEGORÍA	DEDICACIÓN
Samanta Ivone FERNÁNDEZ	Especialista en Docencia Universitaria	Adjunto Temporario	Simple
María Eugenia NIETO	Licenciada en Turismo	JTP Temporario	Simple

INTEGRACIÓN DE LA ASIGNATURA EN EL PLAN DE ESTUDIOS

CONTENIDOS MÍNIMOS

Relaciones Públicas como parte del engranaje de una empresa: su composición, funciones, ventajas y desventajas. Las relaciones frente a los medios de comunicación masiva. Una visión crítica y detallada. Imagen y comunicación. La importancia de planificar en Relaciones Públicas. Etapas de un plan. Las relaciones públicas en acción: relación con el público interno y externo, con la comunidad y con la prensa. La responsabilidad en el ejercicio de las Relaciones Públicas. El protocolo. Centro de Convenciones de Salta. Características, fortalezas y explotación. Formulación de una política de desarrollo turístico. Planteamiento estratégico para el turismo.

VINCULACIÓN

Para el cursado se debe tener aprobadas las asignaturas de Ingles I, Sistemas de información contable de Empresas turísticas, Patrimonio Turístico y Elementos de Economía.

Para su aprobación se debe tener finalizadas las asignaturas de Ingles II, Hotelería I, Administración de Empresas Turísticas y Agencia de Viajes I.

FUNDAMENTOS PARA LA EXISTENCIA EN EL PLAN DE ESTUDIOS

El gran flujo de información característico de una sociedad posmoderna nos lleva a afirmar la importancia de las relaciones públicas en la gestión de las organizaciones. Es innegable que el buen desempeño de una institución no podría llevarse a cabo sin una buena comunicación con los distintos sectores de la sociedad, por ello las Relaciones Públicas se han convertido en parte del núcleo de gestión de las organizaciones, siendo imprescindibles que quien se desarrolle en los mandos directivos tenga cabal conocimiento acerca de esta disciplina.

En concordancia con el perfil del egresado, esta asignatura que forma parte del plan de estudios de la carrera Tecnicatura Universitaria en Gestión de Turismo (Res. CS 521/13) dentro del área de formación general y tiene como propósito brindar al egresado

conocimientos y herramientas modernas para la administración y gestión de las organizaciones relacionadas al sector turístico.

Teniendo en cuenta el gran crecimiento turístico de la provincia en el sector resulta necesario desarrollar en la organización habilidades de comunicación que les permitan a las empresas y distintas instituciones un adecuado sistema de comunicaciones y una imagen corporativa positiva mejorando así su competitividad en el mercado. Además, debido al contexto por el que estamos atravesando, resulta sumamente necesario que los egresados tengan herramientas para identificar y solucionar diferentes tipos de crisis por medio de la Comunicación Estratégica y el conocimiento sobre Gestión de Crisis.

Por otro lado, las actividades de comunicación realizadas para promocionar un destino o un producto turístico son de vital importancia, en este sentido la organización de distintas reuniones es un gran potencial con múltiples beneficios para el sector. El técnico en gestión de turismo debe conocer y manejar estas herramientas comunicativas que las relaciones públicas ofrecen.

OBJETIVOS

- Que los estudiantes conozcan las herramientas conceptuales, teóricas y metodológicas propias del campo disciplinar de las relaciones públicas para la aplicación de desempeño profesional.
- Que los estudiantes reconozcan la importancia de la identidad e imagen corporativa para la gestión de las organizaciones.
- Que los estudiantes dominen técnicas de gestión de la comunicación comercial e institucional.
- Que los estudiantes adquieran habilidades técnicas para el desarrollo y manejo del turismo de reuniones.

PROGRAMA DE CONTENIDOS

UNIDAD 1: CONCEPTOS BÁSICOS

Conceptos fundamentales de las RRPP. Reseña histórica. Modelos de las RRPP. Principios de las RRPP. Principales diferencias con el periodismo, la publicidad y el Marketing. Importancia de las RRPP para el sector turístico: ventajas y desventajas.

UNIDAD 2: HERRAMIENTAS PARA LA GESTIÓN DE RRPP E IMAGEN EN EL SECTOR TURÍSTICO.

Introducción al planeamiento estratégico de las RRPP para el sector turístico. Análisis de situación. Diagnóstico. Análisis organizacional. Identidad corporativa. Imagen corporativa. Estrategias de gestión de la imagen. Auditoria de imagen. Concepto de Marca. Marca Turística. Marca País.

UNIDAD 3: COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA EN EL SECTOR TURÍSTICO

Concepto de comunicaciones integradas y estratégicas. Comunicación externa: Procesos, tácticas, gestión y medición en las estrategias comerciales y de promoción turística. Vinculación institucional con la comunidad, a nivel gubernamental, no gubernamentales y medios de comunicación. Relaciones públicas con turistas. Comunicación interna como vehículo de la identidad organizacional. Estrategias de comunicación interna. Gestión de Crisis en el sector turístico.

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS, JURIDICAS Y SOCIALES

UNIDAD 4: TURISMO DE REUNIONES Y PROTOCOLO

Políticas de desarrollo del turismo reuniones. Organización de eventos y reuniones en el sector turístico. Turismo de reuniones en la provincia de Salta: Caso Centros de convenciones de Salta. Las fases de organización de eventos y reuniones. Tipología. El Ceremonial empresario y Protocolo.

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA			
Autor	**Título**	**Editorial**	**Lugar y año de edición**
Amado Suarez, Adriana	Auditoria de la comunicación	Icrj	Buenos Aires 2008
Brandolini, Alejandra Gonzales Fríjoli, Martín	La comunicación interna: herramientas para una gestión exitosa	Icrj apero	Buenos Aires 2008
Castillo Hermosa, Jaime Bayón, Esteban	La empresa ante los medios de comunicación	Deusto	Bilbao 1992
Capriotti, Paul	La imagen de la empresa: estrategias para una comunicación integrada	Ariel	Buenos Aires 2009
Cirigliano, Gustavo	Manual de las Relaciones Públicas	Hvmanitas	Buenos Aires 2000
Di Génova, Antonio Ezequiel	Manual de Relaciones Públicas e institucionales	Ugerman	Buenos Aires 2012
Grunig, James Hunt, Todd	Dirección de Relaciones Públicas	Gestión 2000	Buenos Aires 2003
Scheinsohn, Daniel	Dinámica de la comunicación y la imagen corporativa	Fundación OSDE	Buenos Aires 1998
Sotelo Enriquez, Carlos	Introducción a la comunicación institucional	Ariel	Barcelona 2001
Villafañe, Justo	La gestión profesional de la imagen corporativa	Pirámide	Barcelona 2001
Wilcox, Dennis Cameron, Glen Xifra, Jordi	Relaciones Públicas. Estrategias y Tácticas	Pearson	Madrid 2012

OTRAS PUBLICACIONES
Anuario de Turismo de reuniones. OETR. Disponible en https://www.bahia.gob.ar/wp-content/uploads/2020/10/OETR-Anuario-Turismo-de-Reuniones-Argentina-2019-doc-final_compressed.pdf
Capriotti, Paul. (2007) El concepto de relación como fundamento de la naturaleza de los públicos en las Relaciones Públicas. Disponible en https://www.redalyc.org/pdf/297/29720421005.pdf

Folgado Fernandez. (2011) La imagen del destino y Marca Turistica: sinergias e implicaciones. Disponible en https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5018544
Martos Molina, M. El papel del turismo de eventos en el desarrollo urbano. El caso de Expo Zaragoza.Minguez, Norberto. (2000) Un marco conceptual para la imagen corporativa. Disponible en https://www.researchgate.net/publication/28068428_Un_marco_conceptual_para_la_comuncacion_corporativa

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

Autor	Título	Editorial	Lugar y año de edición
Cruz Gomez, Pablo Salva, María Lourdes	Congresos y Convenciones	Diana.	Mexico DF 1994
Flores Bao, Francisco	Relaciones Públicas. Ciencia de la integración humana.	Desa.	Lima 1991.
Gotello, Anibal	Manual de Ceremonial Empresario e Institucional.	Imagen.	Buenos Aires. 2001
Lesly, Philip	Nuevo Manual de Relaciones Públicas.	Martinez Roca	Barcelona 1981
Raymon, Simon	Relaciones Públicas. Teoría y Práctica.	Limusa.	Mexico DF 1998

OTRAS PUBLICACIONES

Guevara Plaza, A. (2008) La web 2.0 y su aplicación al sector turístico: Travel 2.0. Disponible en https://www.researchgate.net/publication/28227425_La_Web_20_y_su_aplicacion_al_sector_turistico_Travel_20
Herranz de la Casa, J. M. (2015) Los ciudadanos como nuevos comunicadores y vigilantes de la transparencia de las empresas y administraciones públicas. Disponible en https://www.researchgate.net/publication/28209677_Los_ciudadanos_como_nuevos_comunicadores_y_vigilantes_de_la_transparencia_de_las_empresas_y_administraciones_publicas
Silva, X. (2011) Las redes Sociales como herramientas de Relaciones Publicas de las instituciones europeas. En Correspondencias y Análisis; vol.1, nº1. Disponible en http://www.correspondenciasyanalisis.com/es/pdf/rp/redes_sociales.pdf

ESTRATEGIAS Y MODALIDADES DE ENSEÑANZA

CLASES TEÓRICAS

Clases expositivas	x	Análisis de textos	x
Aula Taller		Problematización	
Trabajo Individual	x	Resolución de ejercicios	
Trabajo en grupos de pares		Resolución de situaciones problemáticas	
Exposición oral de alumnos	x	Estudio de casos	x
Debates	x	Análisis de incidentes críticos	
Diseño y ejecución de proyectos		Ejercicios de simulación	
Seminarios-Monografías		Prácticas en Instituciones	
Clases virtuales	x	Visitas guiadas	
Otras: especificar			

CLASES PRÁCTICAS

Clases expositivas		Análisis de textos	x
Aula Taller	x	Problematización	x
Trabajo Individual	x	Resolución de ejercicios	x
Trabajo en grupos de pares	x	Resolución de situaciones problemáticas	x
Exposición oral de alumnos	x	Estudio de casos	x
Debates		Ejercicios de simulación	x
Diseño y ejecución de proyectos	x	Ejercicios de simulación	x
Seminarios-Monografías		Prácticas en Instituciones	
Clases virtuales		Visitas guiadas	
Otras: especificar			

REGLAMENTO DE CÁTEDRA

La carga horaria semanal para esta asignatura es de 4 horas reloj distribuidas en dos horas para la clase teórica y dos horas para la clase práctica.

Sistema de evaluación

La evaluación tendrá lugar a lo largo todo el cursado y se considerarán todas las actividades propuestas por la cátedra. La evaluación formará parte de todo el proceso de aprendizaje, no solo las notas alcanzadas en los exámenes finales si no tener en cuenta las distintas instancias donde la comprensión del alumno se hace presente, se propone:

- Evaluaciones escritas u orales con su respectivo recuperatorio
- Exposiciones de temas abordados
- Realización de trabajos prácticos

Criterios de evaluación

- Evidencia de lectura de la bibliografía obligatoria.
- Coherencia interna
- Criterio analítico
- Dominio técnico en las tareas que así lo requieran
- Fundamentación teórica.

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS, JURIDICAS Y SOCIALES - UNSA

Modalidad de aprobación de la asignatura

Se propone la aprobación de la materia con el régimen de promoción y el de regularidad con examen final.

Requisitos y condiciones para obtener la regularidad y/o promocionalidad

Para regularizar se debe contar con la aprobación de los dos exámenes parciales con un puntaje mínimo de 6, la aprobación del 75% de los Trabajos Prácticos propuestos y un porcentaje de asistencia no menor al 75%.

Para promocionar se debe contar con la aprobación de los dos exámenes parciales con un puntaje mínimo de 8, la aprobación del 100% de los Trabajos Prácticos propuestos y un porcentaje de asistencia no menor al 75%.

Los alumnos que no cumplan con estos requisitos para promocionar o regularizar la materia serán considerados alumnos libres.

MODALIDAD Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN EN EXAMEN FINAL (REGULAR Y LIBRE)

Al finalizar el cuatrimestre los estudiantes en condición regular deberán rendir un examen final con el programa correspondiente a su cursado, el mismo podrá ser escrito u oral. En ambos casos el examen final se aprueba con nota igual o superior a 6 (seis).

Los estudiantes en condición de libre deberán rendir un examen escrito y un examen oral con el programa vigente del año en que se presenten a rendir. El examen escrito es eliminatorio y su aprobación será con 6 (seis) como mínimo. De ser aprobado se tomará una instancia oral que también deberá ser aprobada con 6 (seis) como mínimo.

PROCESOS Y SISTEMA DE EVALUACIÓN

De la enseñanza

Para la evaluación del proceso de enseñanza se recurrirá a analizar el grado de concreción de los objetivos propuestos, el nivel de cumplimiento de lo que se ha planificado y cuestionarios anónimos para que los alumnos puedan mencionar los aspectos que a su entender se deban mantener o mejorar.

Del aprendizaje

Para que el alumno pueda valorar de modo reflexivo sus propios aprendizajes se propondrán instancias de autoevaluación a través del diálogo y la aplicación de unos cuestionarios.

Cra. María Rosa Panza de Miller
Secretaria de As. Académicos
Fac. Cs. Econ. Jur. y Soc. - UNSa.

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS, JURIDICAS Y SOCIALES - UNSA -

Esp. ANGÉLICA ELVIRA ASTORGA
VICE DECANA
Fac. de Cs. Econ. Jur. y Soc. - UNSa