



UNIVERSIDAD DE
COSTA RICA



ESCUELA DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN COLECTIVA

BACHILLERATO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN COLECTIVA CON ÉNFASIS EN RELACIONES PÚBLICAS



PLAN DE ESTUDIOS 2012

Nuestra misión es formar profesionales en comunicación social dotados de las herramientas conceptuales y metodológicas que les permitan convertirse en facilitadores de procesos comunicacionales; capaces de responder a las necesidades y a los problemas de la sociedad costarricense, en los diferentes campos de la vida social, política y económica.



RESUMEN DEL PLAN DE ESTUDIOS - RELACIONES PÚBLICAS

OBJETO DE ESTUDIO

El objeto de estudio de las Relaciones Públicas son los procesos de comunicación que establecen las organizaciones con sus públicos. El término organización es utilizado en un sentido amplio que incluye aquellas públicas y privadas, de carácter comunitario, gremial o de base, así como aquellas no gubernamentales y sin fines de lucro. Además se reconoce la organización como un sujeto social, con derechos, responsabilidades y roles por cumplir en la sociedad.

Las Relaciones Públicas contribuyen entonces en la gestión estratégica de los procesos de comunicación que generan las significaciones y los vínculos que hacen posible la participación de las organizaciones en la sociedad como ciudadanos responsables.

HABILIDADES Y CARACTERÍSTICAS DESEABLES

- Facilidad de expresión y buen trato con el público.
- Creatividad, diligencia, iniciativa, rapidez, eficiencia y capacidad administrativa para llevar a cabo su trabajo diario.
- Capacidad para detectar problemas y/o conflictos y para buscar las soluciones adecuadas.
- Sensibilidad, destreza y habilidad para percibir las necesidades individuales y sociales de los públicos organizacionales, de la comunidad, de la región y de la nación en general.
- Capacidad para propiciar la toma de conciencia organizacional acerca de las obligaciones sociales, tanto con el personal como con la comunidad en la que se encuentra inmersa la organización.
- Habilidad para percibir y estimular el cambio, en procura del bienestar individual y colectivo de la organización y de sus públicos.
- Capacidad para armonizar las posibilidades de la organización con las necesidades de la sociedad.
- Facilidad para promover el cumplimiento eficiente de los objetivos y metas organizacionales.
- Capacidad de análisis de la realidad.
- Conocimiento de planificación y ejecución de técnicas de RRPP.
- Disposición para trabajar en equipo.



RESUMEN DEL PLAN DE ESTUDIOS - RELACIONES PÚBLICAS

- Curiosidad e interés por el entorno.
- Facilidad de comunicación escrita, oral y audiovisual.
- Disposición para relacionarse de manera asertiva.
- Capacidad de síntesis.
- Interés por la investigación.
- Capacidad para trabajar bajo presión.
- Curiosidad y facilidad para trabajar con la tecnología.
- Sentido de la estética.
- Ser observador(a), reflexivo(a) y analítico(a).
- Sensibilidad y compromiso social.

TAREAS TÍPICAS DURANTE LA CARRERA

- Análisis y monitoreo ambiental
- Estudio y mapeo de públicos
- Validación de estrategias y mensajes.
- Participación en la definición de políticas organizacionales y de comunicación
- Diseño de planes, campañas y estrategias de comunicación internas y externas.
- Desarrollo de programas de responsabilidad social corporativa o empresarial y relaciones comunitarias.
- Asesoría y ejecución de estrategias de comunicación, de carácter permanente o temporal.
- Administración de las Relaciones corporativas.
- Relaciones Públicas de la marca.
- Organización de eventos: conceptualización y logística.
- Prevención y manejo de crisis.
- Asesoría en el desarrollo de un diagnóstico y estrategia de comunicación, y en el desarrollo de la identidad visual corporativa.
- Entrenamiento y capacitaciones: vocería, crisis, imagen, cultura y clima organizacional, cambio corporativo, liderazgo interno, comunicación digital, redacción ejecutiva y presentaciones ejecutivas.



RESUMEN DEL PLAN DE ESTUDIOS - RELACIONES PÚBLICAS

- Desarrollo de estrategias de imagen e identidad corporativa.
- Diagnósticos y estudios en general de comunicación, opinión pública e imagen corporativa.
- Planificación estratégica del discurso corporativo (misión, visión y valores).
- Desarrollo de medios internos y externos en formatos gráficos, audiovisuales o multimediales (boletines físicos y digitales, pizarras, manuales, folletería corporativa, presentaciones digitales, mapa y contenido de web sites).
- Diseño de mecanismos de evaluación.

ESTA CARRERA PREPARA A LOS Y LAS PROFESIONALES PARA:

- Conocer las principales teorías organizacionales, así como de las Relaciones Públicas.
- Aplicar diversos métodos de investigación, técnicas de recolección de datos y formatos de presentación de resultados en ciencias sociales y en Relaciones Públicas.
- Conocer sobre las nuevas tecnologías de información y comunicación y su papel en el desempeño de la profesión.
- Conocer sobre Relaciones Públicas de la organización y sus públicos, que incluye aspectos como responsabilidad social, gestión de prensa, desarrollo de imagen, diseño y ejecución de estrategias y comunicación política.
- Dominar las técnicas de comunicación para afrontar crisis y resolver conflictos.
- Estudiar las bases de la administración que permiten planificar proyectos y realizar presupuestos para los mismos.
- Conocer las bases de mercadeo que permiten elaborar ofertas de servicio para clientes.



RESUMEN DEL PLAN DE ESTUDIOS - RELACIONES PÚBLICAS

MERCADO LABORAL (EJEMPLOS DE PUESTOS DE TRABAJO)

El profesional en Relaciones Públicas puede ejercer la profesión de manera independiente, o bien, trabajar en organizaciones como:

- Organizaciones gubernamentales. En este sector conformado por todos los Ministerios, Poderes de la República y entidades autónomas se cuenta con departamentos de comunicación (con algunas variables en su nomenclatura, funciones y cantidad de colaboradores).
- Organizaciones privadas. Sean Pymes, grandes empresas, empresas nacionales o transnacionales. Algunas de estas empresas cuentan con departamentos o asesores “in house” en el área de la comunicación, y en otras, realizan contrataciones externas de asesoría, por espacios permanentes o temporales.
- Agencias de comunicación. Constituyen un área de trabajo creciente, dado que cada vez surgen más empresas de asesoría o consultoría en esta área.
- Organizaciones sin fines de lucro. Muchas de estas organizaciones requieren servicios y asesoría en el área de la comunicación, y cuentan con el apoyo de patrocinadores o donadores para tener la posibilidad de contar con los recursos requeridos para estos efectos.
- Organizaciones No Gubernamentales. Este tipo de organizaciones, en general, cuenta con sus propias oficinas de comunicación.

RESUMEN DEL PLAN DE ESTUDIOS - RELACIONES PÚBLICAS

PLAN DE ESTUDIOS

El plan de estudios de la Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva (ECCC) ofrece una fuerte formación en Comunicación y la oportunidad de optar por cinco especializaciones: Comunicación social - Comunicación audiovisual y multimedial – Periodismo – Publicidad - Relaciones Públicas.

Para cualquiera de las cinco concentraciones, los cursos se dividen en tres bloques:

BLOQUE DE FORMACIÓN HUMANÍSTICA	BLOQUE COMÚN DE COMUNICACIÓN	BLOQUE DE CURSOS DEL ÉNFASIS SELECCIONADO	BLOQUE DE OPTATIVOS DE OTRO ÉNFASIS
Cursos que deben llevar todas y todos los estudiantes de la Universidad de Costa Rica con el fin de fortalecer su formación humanística.	Deben aprobarlos todas y todos los estudiantes de la ECCC para que dominen los elementos generales de la comunicación en ámbitos como teoría de la comunicación, investigación, planificación y gestión, análisis del discurso, historia y lenguajes (sonoro, visual, escrito).	Cursos especializados para cada énfasis. Las y los estudiantes deben aprobar como mínimo 37 créditos divididos en una serie de cursos obligatorios y otra de cursos optativos.	Cursos específicos de los otros énfasis de la ECCC que el estudiante puede seleccionar según sus intereses. Para llevar esos cursos se deben cumplir los requisitos (en la mayoría de casos, el curso introductorio).
Créditos: 21	Créditos: 75	Créditos: 37	Créditos: 9
Créditos totales de la carrera: 142			

CURSOS DEL BLOQUE DE FORMACIÓN HUMANÍSTICA	
CÓDIGO Y NOMBRE DEL CURSO	CRÉDITOS
EG-I Curso integrado de humanidades 1	6.0
EG-II Curso integrado de humanidades 2	6.0
EG- Curso de arte	2.0
EF- Actividad deportiva	0.0
RP- Repertorio	3.0
SR-I Seminario de Realidad Nacional 1	2.0
SR-II Seminario de Realidad Nacional 2	2.0
7 cursos – 21 créditos en total	



RESUMEN DEL PLAN DE ESTUDIOS - RELACIONES PÚBLICAS

CURSOS DEL BLOQUE COMÚN DE COMUNICACIÓN	
CÓDIGO Y NOMBRE DEL CURSO	CRÉDITOS
C-0001 Introducción a la comunicación	3.0
*ATENCIÓN: Es obligatorio matricular este curso el primer semestre, de lo contrario, no podrás seguir avanzando en la carrera.	
OPTATIVOS INTRODUCTORIOS - 6 CRÉDITOS	
El estudiante debe matricular el introductorio a RRPP y escoge un segundo introductorio que le permite llevar cursos de otro énfasis:	6.0
C-5000 Introducción a las Relaciones Públicas C-1021 Introducción a la Comunicación Social C-2000 Introducción a la Comunicación Audiovisual y Multimedial C-3000 Introducción al Periodismo C-4000 Introducción a la Publicidad	
LENGUAJES - 21 CRÉDITOS	
C-0002 Producción verbal	3.0
C-0006 Técnicas de relato y narración	3.0
C-0007 Comunicación gráfica	3.0
C-0008 Fotografía	3.0
C-0009 Fundamentos de la comunicación digital	3.0
C-0010 Introducción a la producción de televisión y vídeo	3.0
C-0011 Producción básica de audio	3.0
TEORÍAS Y METODOLOGÍAS - 24 CRÉDITOS	
C-0003 Historia de la comunicación	3.0
C-0004 Trayectorias de los estudios en comunicación	3.0
C-0005 Tendencias contemporáneas de los estudios de comunicación	3.0
C-0012 Construcción del objeto de investigación	3.0
C-0013 Diseño, construcción de datos y análisis cuantitativos	3.0
C-0014 Diseño, construcción de datos y análisis cualitativos	3.0
C-0015 Análisis del discurso	3.0
C-0016 Investigación de públicos y audiencias	3.0
GESTIÓN - 6 CRÉDITOS (C-0017 OBLIGATORIO Y ESCOGER UN OPTATIVO)	
C-0017 Planificación de la Comunicación	3.0
C-0100 Gestión de negocios en Comunicación (OPTATIVO)	3.0
C-0101 Pensamiento estratégico (OPTATIVO)	3.0
C-0102 Administración de proyectos en Comunicación (OPTATIVO)	3.0
MÓDULOS INTEGRADORES - 6 CRÉDITOS	
C-0019 Módulo integrador 1	3.0
C-0020 Módulo integrador 2	3.0



RESUMEN DEL PLAN DE ESTUDIOS - RELACIONES PÚBLICAS

CÓDIGO Y NOMBRE DEL CURSO	CRÉDITOS
CURSOS ESPECIALES (9 CRÉDITOS)	
C-0018 Derecho de la Comunicación	3.0
F-5664 Ética profesional para Ciencias de la Comunicación	3.0
OPT Curso optativo del área de Ciencias Sociales	3.0
OPT Curso optativo del área de Artes y Letras	3.0
75 créditos en total	

CURSOS OBLIGATORIOS DE LA CONCENTRACIÓN EN RELACIONES PÚBLICAS	
CÓDIGO Y NOMBRE DEL CURSO	CRÉDITOS
C-5001 Comunicación en las organizaciones	3.0
C-5002 Teorías de las Relaciones Públicas	3.0
C-5003 Públicos organizacionales y áreas prácticas	3.0
C-5004 Escritura para Relaciones Públicas	3.0
C-5005 Estrategias de Relaciones Públicas I	3.0
C-5006 Estrategias de Relaciones Públicas II	3.0
C-5007 Relaciones Públicas de la marca	3.0
C-5104 Prevención y manejo de crisis	3.0
C-5020 Práctica profesional en Relaciones Públicas	4.0
28 créditos en total	

CURSOS OPTATIVOS DE LA CONCENTRACIÓN EN RELACIONES PÚBLICAS	
CÓDIGO Y NOMBRE DEL CURSO	CRÉDITOS
C-5100 Medios, redes de comunicación y Relaciones Públicas	3.0
C-5101 Aportes de la psicología social para Relaciones Públicas	3.0
C-5102 Cultura e identidad organizacional	3.0
C-5103 Imagen y reputación organizacional y de la marca	3.0
C-5105 Mercadeo y Relaciones Públicas	3.0
C-5106 Protocolo y organización de eventos	3.0
C-5108 Actualidad y Relaciones Públicas I	1.0
C-5109 Actualidad y Relaciones Públicas II	2.0
C-5110 Actualidad y Relaciones Públicas III	3.0
9 créditos en total	



RESUMEN DEL PLAN DE ESTUDIOS - RELACIONES PÚBLICAS

CURSOS OPTATIVOS DE OTRO ÉNFASIS	
CÓDIGO Y NOMBRE DEL CURSO	CRÉDITOS
OPT - Curso optativo de otro énfasis	3.0
OPT - Curso optativo de otro énfasis	3.0
OPT - Curso optativo de otro énfasis	3.0
9 créditos en total	

REQUISITOS PARA GRADUARSE COMO BACHILLER

Para graduarse como bachiller en Relaciones Públicas los (as) estudiantes deben:

- Aprobar los 142 créditos establecidos en el Plan de Estudios.
- Completar 300 horas de Trabajo Comunal Universitario (TCU).
- Cumplir con la asistencia/participación en 50 horas conferencia.
- Tener un nivel intermedio de un segundo idioma.