

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA

COORDINACIÓN DE FORMACIÓN BÁSICA

COORDINACIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL Y VINCULACIÓN UNIVERSITARIA

PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

1. Unidad académica (s): Escuela de Deportes
2. Programa (s) de estudio: (Técnico, Licenciatura (s)) Licenciado en Actividad Física y Deporte 3. Vigencia del plan: 2012-2
4. Nombre de la unidad de aprendizaje Relaciones públicas en el deporte 5. Clave
6. HC: 2 HL: HT: 2 HPC: HCL: HE 2 CR 6
7. Etapa de formación a la que pertenece: Terminal
8. Carácter de la unidad de aprendizaje Obligatoria Optativa X
9. Requisitos para cursar la unidad de aprendizaje: Ninguno

Formuló L.C.C. Verónica Rivera Torres / Lic. Adrián Carrascosa
Verdugo

Vo. Bo Edgar Ismael Alarcón Meza

Fecha: Enero 2012

Cargo Director

II. PROPÓSITO GENERAL DEL CURSO

Relaciones Públicas en el Deporte, es una unidad de aprendizaje de carácter optativo, ubicada en la etapa terminal y pertenece al área Social Humanista y guarda relación con las unidades de aprendizaje del área Administrativa. Es de orden teórico-práctico, que tiene como propósito: Diseñar un plan de relaciones públicas de una empresa o institución del área de la actividad física, el deporte o educación física, para promover una imagen corporativa/institucional con alto nivel de credibilidad y confianza, así como lograr amplia penetración en los públicos target, con responsabilidad social, honestidad, creatividad, ética y profesionalismo.

III. COMPETENCIA(S) DEL CURSO

Proponer un plan de relaciones públicas, a partir de un análisis situacional que considere el posicionamiento actual, los resultados preferenciales y motivacionales de los públicos relacionados con una organización de la actividad física, el deporte y/o educación física, para crear o fortalecer la imagen proyectada y generar una opinión de confiabilidad, credibilidad e influencia, con actitud innovadora, un amplio sentido de ética, honestidad y responsabilidad social.

IV. EVIDENCIA(S) DE DESEMPEÑO

Diseñar un plan de relaciones públicas que incluya la fundamentación, el análisis situacional de la organización, una estrategia de comunicación para establecer la imagen proyectada y la realización de un protocolo empresarial o deportivo.

V. DESARROLLO POR UNIDADES

Competencia

Analizar los fundamentos y modelos de relaciones públicas, así como los aspectos éticos y legales que las regulan, a fin de determinar su importancia en el ámbito de la actividad física y el deporte, con actitud analítica, crítica y responsable.

Contenido

Duración
4 horas

Encuadre del curso

Unidad I: Fundamentos de Relaciones Públicas.

- 1.1 Fundamentos de las Relaciones Públicas:
 - 1.1.1 Orígenes y estructura contemporánea de las relaciones públicas.
 - 1.1.2 Objetivos RRPP.
 - 1.1.3 Funciones y principios de las RRPP.
- 1.2 Relación con otras ciencias.
- 1.3 Modelos de las RRPP en teoría y práctica.
- 1.4 Relaciones públicas y responsabilidad pública.
- 1.5 Marco legal y ético de las relaciones públicas.

V. DESARROLLO POR UNIDADES

Competencia

Explicar el beneficio que aportan las relaciones públicas a las organizaciones deportivas, a partir del análisis de teoría y casos de éxito, para establecer las bases del plan de acción que promueva la creación y manejo de imagen institucional o corporativa, con ética, creatividad, credibilidad, empatía y responsabilidad social.

Contenido

Duración

4 horas

Unidad II: Relaciones públicas y las organizaciones.

- 2.1 Definición.
- 2.2 Tipología de las organizaciones.
- 2.3 Fases de las relaciones públicas.
- 2.4 Problemas de relaciones públicas en las organizaciones.
- 2.5 Actividades de relaciones públicas en la empresa/organización.
- 2.6 Análisis de la Imagen: Imagen personal, Imagen institucional o corporativa.
 - 2.6.1 Formación de la imagen.
 - 2.6.2 Imagen ideal.
 - 2.6.3 Imagen proyectada.
- 2.7 Análisis de casos concretos de relaciones públicas.

V. DESARROLLO POR UNIDADES

Competencia

Determinar la orientación de un plan de relaciones públicas, a partir de un análisis situacional donde se manifiesten las motivaciones de los públicos objetivo y el posicionamiento actual de la organización, para lograr mayor impacto social de sus servicios, con actitud visionaria, creativa, confiabilidad, ética y responsabilidad social.

Contenido

Duración
8 horas

Unidad III: Análisis general de la organización en relación con su universo.

3.1 Análisis situacional: definición.

3.2 Variables o elementos de RRPP objeto de análisis:

3.2.1 Público:

3.2.1.1 Tipo de público (interno, externo, mixto, target group, clientes reales, clientes potenciales)

3.2.1.2 Características

3.2.1.3 Relaciones con el público.

3.2.1.4 Líderes de opinión.

3.2.2 Imagen institucional:

3.2.2.1 La organización (institución).

3.2.2.2 El posicionamiento.

3.2.2.3 Las actitudes (favorables o desfavorables).

3.2.2.4 Las motivaciones (estímulos):

3.2.2.5 Tipos de motivaciones: Seguridad emocional, Afirmación del propio Yo, Inmortalidad, Satisfacción del propio Yo, Escapes creativos, Objetos de amor, Sensación de arraigo, Sensación de poder.

3.2.2.6 Técnicas principales de investigación motivacional: Observación, Focus group, Entrevista en profundidad.

3.2.2.7 Técnicas proyectivas.

3.2.3 Relaciones públicas:

3.2.3.1 Publicidad.

3.2.3.2 Propaganda.

3.2.3.3 Medios de comunicación.

3.2.3.4 Actividades de RRPP.

3.3 Metodología de la investigación en las RRPP:

3.3.1 Definición.

3.3.2 Clases de investigación:

3.3.2.1 Investigación primaria: encuestas, cuestionarios, entrevistas, costos.

3.3.2.2 Investigación secundaria: Datos disponibles por la organización y datos obtenidos y procesados por terceros (externos).

3.3.2.3 Métodos cualitativos.

3.3.2.4 Métodos cuantitativos.

3.3.2.5 Auditoría de imagen: ¿Cuándo se realiza?, ¿Para qué se realiza?, pasos, modelos (Por niveles, Villafañe).

V. DESARROLLO POR UNIDADES

Competencia

Formular el plan de relaciones públicas de una organización de la actividad física, el deporte o la educación física, a partir de resultados del análisis situacional, para proyectar una imagen exitosa, con actitud emprendedora y responsabilidad social.

Contenido

Duración
10 horas

Unidad IV: Plan de relaciones públicas.

- 4.1 Principios básicos para la planificación: precisión, flexibilidad, unidad.
- 4.2 Partes de un plan de relaciones públicas:
 - 4.2.1 Objetivos: general y específicos de imagen de acuerdo con los públicos.
 - 4.2.2 Posicionamiento: actual y proyectado.
 - 4.2.3 Estrategia de mensaje: campaña y proceso de estructuración de mensajes.
 - 4.2.4 Estrategia de medios: herramientas de comunicación para hacer llegar el mensaje a los públicos.
 - 4.2.5 Acciones internas: Relaciones con empleados, relaciones con accionistas.
 - 4.2.6 Acciones externas: Relaciones con los proveedores, relaciones con los distribuidores, con los consumidores, con medios de comunicación.
 - 4.2.7 Otras acciones: organización de actividades, instrumentos.
 - 4.2.8 Implementación del plan: Timing, programación, programación específica para cada acción, plan general de operaciones, plan parcial de operaciones.
- 4.3 Medios que propician la armonía en las RRPP.
- 4.4 Medición, evaluación y análisis de los resultados obtenidos.

V. DESARROLLO POR UNIDADES

Competencia

Organizar el ceremonial y protocolo de eventos deportivos, a partir del análisis de manuales especializados y considerando los objetivos planteados, para asegurar la proyección confiable del plan de relaciones públicas implementado, con diplomacia, tolerancia, creatividad, orden y responsabilidad.

Contenido

Duración
6 horas

Unidad V: Ceremonial y Protocolo como Instrumento de las RRPP.

- 5.1. Ceremonial y protocolo.
 - 5.1.1 Funciones.
 - 5.1.2 Clasificación.
 - 5.1.3 Normas generales protocolarias.
 - 5.1.4 Protocolos empresariales.
- 5.2. Organización de actos públicos.
 - 5.2.1 Naturaleza de los actos: académicos, organizacionales, deportivos.
 - 5.2.2 Fases para organizar un acto.
 - 5.2.3 Titularidad del evento o acto.
 - 5.2.4 Objetivos.
 - 5.2.5 Establecimiento de Comités: De honor, organizador, ejecutivo, técnico.
 - 5.2.6 Formalidades administrativas: autorizaciones, permisos, seguros, inscripciones, invitaciones, acreditaciones, colaboraciones.
 - 5.2.7 Imagen, identificación y ornamentación.
 - 5.2.8 Presídium: Establecimiento de precedencias y ley de derecha.
 - 5.2.9 Programa del acto.
 - 5.2.10 Protocolo, prensa y seguridad.
- 5.3. Planeación y gestión protocolaria de eventos de actividad física y deporte
 - 5.3.1 Protocolo olímpico.
 - 5.3.2 Normas generales de organización.
 - 5.3.3 Protocolos posteriores al evento: asegurar su posicionamiento y agradecimiento a patrocinadores, medios de comunicación, comité organizador.

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS

No. de Práctica	Competencia(s)	Descripción	Material de Apoyo	Duración
1	<p>Organización deportiva Identificar una organización de la actividad física y deporte, para formular un plan de relaciones públicas que busque mejorar su imagen ante el público o usuario, con actitud innovadora. Y responsable</p>	<p>Presentar en trabajo colaborativo, un ensayo de máximo cinco cuartillas, donde se plantee la necesidad de formular un plan de relaciones públicas (justificación) que considere la fundamentación revisada y la descripción de la organización objeto de estudio, como primer fase en la estructuración de la evidencia de desempeño del curso.</p> <p>Presentación del documento en formato profesional, destacando la calidad de la redacción, la incorporación de fotografías y la omisión de errores ortográficos.</p>	<p>Lecturas recomendadas. Fundamentación de las relaciones públicas. Fotografías de la organización.</p>	4 horas.
2	<p>Análisis situacional Aplicar un instrumento para establecer el análisis situacional de una organización de la actividad física, el deporte o la educación física, a partir del análisis de literatura del tema, instrumentos validados y la identificación de variables que permitirán evidenciar las percepciones y preferencias del público, así como el posicionamiento de la organización, caracterizándose por la actitud crítica y responsable.</p>	<p>En trabajo colaborativo, analizar diversos instrumentos de análisis situacional y literatura de relaciones públicas, así como identificar las necesidades de la organización objeto de estudio para determinar el instrumento que se implementará en el estudio.</p> <p>Presentar una exposición con apoyo de presentación power point, donde se explique la importancia de dicho instrumento en la implementación de su estudio.</p> <p>Presentación del documento en documento profesional, destacando la calidad de la redacción y la omisión de errores ortográficos.</p>	<p>Instrumentos de análisis situacional de las relaciones públicas. Literatura de relaciones públicas. Descripción y características de la organización.</p>	6 horas.
3	<p>Metodología de Investigación Aplicar la metodología de la investigación de relaciones públicas, que permita identificar las áreas de oportunidad y las fortalezas de la organización objeto de estudio, en materia de relaciones públicas, para proporcionar veracidad y credibilidad en los resultados que emanen del análisis situacional, con actitud crítica, ética y responsabilidad.</p>	<p>Presentar, en trabajo colaborativo, una descripción detallada sobre la metodología de la investigación mediante la cual se determinará el análisis situacional de la organización. Este se presentará en documento profesional así como en exposición oral, destacando la calidad en la redacción, la incorporación de fotografías de la organización, con calidad y omisión de errores ortográficos.</p>	<p>Metodología de investigación. Literatura del tema. Estudios de caso. Descripción y características de la organización.</p>	4 horas.

4	<p>Análisis situacional Analizar la situación actual de una organización identificada, a partir de la aplicación del instrumento de investigación para generar la fundamentación necesaria que facilite el diseño del Plan de Relaciones Públicas, con actitud crítica, reflexiva y responsable.</p>	<p>Aplicar en la población determinada, el instrumento para determinar las percepciones y preferencias de los públicos con respecto a la organización identificada o ficticia objeto de estudio. Procesar la información en formato SPSS, para promover un análisis confiable y sólido. Analizar los resultados para posteriormente, generar Plan de Relaciones Públicas de la organización. Presentar, en trabajo colaborativo, un documento profesional y una exposición oral, donde se especifiquen:</p>	<p>Instrumentos de opinión. Programa SPSS. Literatura que fundamente el plan de RRPP.</p>	6 horas.
5	<p>Plan de relaciones publicas Formular un plan de relaciones públicas de la organización identificada o ficticia, a partir de los resultados generados por el análisis situacional y definiendo las estrategias para cumplimiento de cada una de sus fases, atendiendo a los principios básicos y a los medios que propician la armonía de su planificación y generar una imagen confiable y fortalecida de la organización, con creatividad, ética y responsabilidad social.</p>	<p>Los resultados del análisis situacional. El plan de relaciones públicas de la organización donde se definan cada una de sus partes, especificando los objetivos, el posicionamiento proyectado, la estrategia del mensaje, la estrategia de medios, la propuesta de acciones e implementación del plan, así como la propuesta con que se evaluará.</p>	<p>Análisis situacional. Fotografías de la aplicación del estudio y de la organización estudiada.</p>	6 horas.
6	<p>Portafolio de evidencias Realizar portafolio de evidencias documentales y fotográficas, la realización de prácticas efectivas de ceremoniales y protocolos públicos: empresarial, sociales y deportivos, a partir del análisis de literatura del tema, así como los objetivos del evento planteado, para la organización de eventos del plan de relaciones públicas, con creatividad, organización, capacidad para tomar decisiones, tolerancia y diplomacia.</p>	<p>Elaborar, de manera colaborativa, prácticas de ceremonial y protocolo para incorporar en un portafolio de evidencias que se presentará al finalizar el curso, con fotografías e información documental y fotográfico del ceremonial y protocolo de: Una conferencia de prensa. Una ponencia para divulgación científica. Una reunión de negocios. Un evento deportivo. Presentar en una exposición oral, al finalizar el curso donde se manifieste la metodología implementada, el logro de los objetivos planteados, cómo se fortalece el plan de relaciones públicas con esta actividad.</p>	<p>Manuales de ceremonial y protocolos. Fotografías. Mantelería. Cafetería. Gafetes. Folders. Hojas. Lápices. Tarjetas de apoyo.</p>	6 horas.

VII. METODOLOGÍA DE TRABAJO

La unidad de aprendizaje se desarrolla con exposición docente y participación activa del alumno, combinando las modalidades de clase, taller y trabajo extra clase, con prácticas expositivas, de análisis de documentación, investigación documental y de campo, las cuales se someten a un proceso de retroalimentación permanente para construir la evidencia de desempeño del curso.

Se analiza la importancia y utilización de las relaciones públicas en el ámbito de la actividad física, el deporte y/o la educación física, a partir del análisis de casos de estudio y la información generada por el análisis situacional de una organización (investigación y análisis), caracterizándose por el trabajo colaborativo.

VIII. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Las competencias logradas por el alumno se determinarán a partir de los siguientes criterios:

a) Criterios de acreditación

Cumplimiento del mínimo de asistencias establecido en los Art. 70 y 71 del Estatuto Escolar de la UABC:

Art. 70: Tendrán derecho a presentar examen ordinario, los alumnos que habiendo cursado la unidad de aprendizaje con 80% o más de asistencias en clases impartidas, no hayan quedado exentos del examen, de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 68.

Art. 71: Tendrán derecho a examen extraordinario los alumnos que no presentaron examen ordinario o que habiéndolo presentado no obtuvieron una calificación aprobatoria, siempre que hayan cursado la unidad de aprendizaje con 40% o más de asistencias en clases impartidas.

b) Criterios de calificación y evaluación

Cumplir con las evidencias de desempeño planteadas:

Ensayo (justificar tema y organización objeto de estudio):	10%
Instrumento para investigación (documento y exposición):	10%
Metodología de investigación (documento y exposición):	10%
Análisis situacional de la organización (documento y exposición):	20%
Plan de relaciones públicas (documento y exposición):	40%

Ceremonial y protocolo empresarial, social
y deportivo (documento y exposición):

10%

Solamente se evaluarán los documentos y exposiciones de los equipos que presenten todas las evidencias de desempeño a partir de las prácticas establecidas en el programa de la unidad de aprendizaje, de lo contrario se pierde derecho a ser evaluado en el curso, al ser prácticas evaluables que guardan una condición de continuidad.

IX. BIBLIOGRAFÍA

Básica

- James E. Grunig, Todd Hunt, Jordi Xifra (2003) Dirección de relaciones públicas, Jordi Xifra ,ISBN 8480889489, 9788480889483
- Manuel Palencia Lefler, (2008) 90 técnicas de relaciones públicas, Profit Editorial I, ISBN 8493608440, 9788493608446
- Jordi Xifra (2007) Técnicas de las relaciones públicas, Editorial UOC, 2007, ISBN 8497885546, 9788497885546
- David Caldevilla Domínguez (2007) Manual relaciones públicas, Editorial Visión Libros, ISBN 8498217040, 9788498217049
- Manuel Palencia-Lefler Ors 90 Técnicas de Comunicación y Relaciones Públicas, Editor Author House, ISBN 8415330588, 9788415330585
- José Daniel Barquero Cabrero, Carmen Fátima Barquero (2006), Relaciones públicas estratégicas: cómo persuadir a su entorno para obtener credibilidad y confianza, ilustrada, ISBN 8496612228, 9788496612228
- Fernando Fernández (2007) Los Secretos del protocolo, las relaciones públicas y la publicidad., Lex Nova, 2007, ISBN 8484067688, 9788484067689

Complementaria

- Fernando Ramos Fernández (2008), El Protocolo de Empresa, Netbiblo, ISBN8497452410, 9788497452410
- Alicia Iruretagoyena(2003), Manual De Ceremonial Y Protocolo, Lightning Source Inc, ,ISBN 9875610194, 9789875610194
- Jorge J. Fernández Vázquez (2005), Vademecun de Protocolo y Ceremonial Deportivo, Paidotribo, ISBN 8480198214, 9788480198219
- Fernández Cavia, Josep 1963 (2009), Redacción en relaciones públicas, Madrid: Pearson Educación, Prentice Hall.
- María Soledad Muñoz Boda (2010), Protocolo y Relaciones Públicas, Editorial Paraninfo, ISBN 8497327918, 9788497327916