

LISTA DE CURSOS DEL PLAN DE ESTUDIO*

CURSOS DEL BLOQUE DE FORMACIÓN HUMANÍSTICA

EG- I	Curso Integrado de Humanidades I
EG-II	Curso Integrado de Humanidades II
EG-	Curso de Arte
EF-	Actividad Deportiva
RP-	Repertorio
SR-I	Seminario de Realidad Nacional I
SR- II	Seminario de Realidad Nacional II

CURSOS DEL BLOQUE COMÚN DE COMUNICACIÓN

C- 0001	Introducción a la Comunicación
C- 0002	Producción Verbal
C- 0003	Historia de la Comunicación
C- 0004	Trayectoria en los Estudios de Comunicación
C- 0005	Tendencias Contemporáneas de los Estudios de la Comunicación
C- 0006	Técnicas de Relato y Narración
C- 0007	Comunicación Gráfica
C- 0008	Fotografía
C- 0009	Fundamentos de la Comunicación Digital
C- 0010	Introducción a la Producción de Televisión y Vídeo
C- 0011	Producción Básica de Audio
C- 0012	Construcción del Objeto de Investigación
C- 0013	Diseño, Construcción de Datos y Análisis Cuantitativo
C- 0014	Diseño, Construcción de Datos y Análisis Cualitativo
C- 0015	Análisis del Discurso
C- 0016	Investigación de Públicos y Audiencias
C- 0017	Planificación de la Comunicación
C- 0018	Derecho de la Comunicación
C- 0019	Módulo Integrador I
C- 0020	Módulo Integrador II
F- 5664	Ética Profesional para Comunicación
OPT-	Curso Optativo del Área de Ciencias Sociales
OPT-	Curso Optativo del Área de Artes
OPT-	Taller de Aprendizaje Experimental

CURSOS OBLIGATORIOS DE LA CONCENTRACIÓN DE RELACIONES PÚBLICAS

C- 5000	Introducción a las Relaciones Públicas
C- 5001	Comunicación en las Organizaciones
C- 5002	Teorías de las Relaciones Públicas
C- 5003	Públicos Organizacionales y Áreas Prácticas
C- 5004	Escritura para Relaciones Públicas
C- 5005	Estrategias de Relaciones Públicas I
C- 5006	Estrategias de Relaciones Públicas II
C- 5007	Relaciones Públicas de la Marca
C- 5020	Práctica Profesional en Relaciones Públicas

CURSOS OPTATIVOS DE LA CONCENTRACIÓN DE RELACIONES PÚBLICAS

C- 5100	Medios, Redes de Comunicación y Relaciones Públicas
C- 5101	Aportes de la Psicología Social para Relaciones Públicas
C- 5102	Cultura e Identidad Organizacional
C- 5103	Imagen y Reputación Organizacional y de la Marca
C- 5104	Prevención y Manejo de Crisis
C- 5105	Mercadeo y Relaciones Públicas

Para graduarse como bachiller el estudiante debe aprobar 144 créditos , completar 300 horas de Trabajo Comunal Universitario (TCU), cumplir con la asistencia/participación en 50 horas conferencia, tener un nivel intermedio/avanzado de un segundo idioma y cumplir con 320 horas de práctica profesional.

VD-8720-2013

Durante la matrícula, verifiquen el plan de estudios en la unidad académica o mediante el sistema de matrícula por internet.

Para obtener más información sobre la carrera, diríjase a la secretaria de la Escuela, ubicada en el cuarto piso de la Facultad de Ciencias Sociales, o llame a los teléfonos 2511-6424. Correo electrónico: eccc@eccc.ucr.ac.cr

Impreso en el SIEDIN—UCR

FICHA PROFESIOGRÁFICA

Relaciones Públicas



Universidad de Costa Rica



Centro de Orientación Vocacional-Ocupacional

PRESENTACIÓN

La Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva y la Oficina de Orientación ponen a disposición de la comunidad universitaria y nacional a la presente ficha profesiográfica de la carrera de *Relaciones Públicas*.

Este documento, editado con fines de orientación vocacional, contiene la información básica que toda persona interesada en estudiar esta carrera debe conocer.

La carrera de Relaciones Públicas forma profesionales con capacidad para 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

- 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.
- Creatividad, diligencia, iniciativa, rapidez, eficiencia y capacidad administrativa para llevar a cabo su trabajo diario.
- Capacidad de análisis de la realidad.
- Facilidad de expresión y buen trato con el público.
- Capacidad para detectar problemas y/o conflictos y para buscar las soluciones adecuadas.

- Conocimiento de planificación y ejecución de técnicas de RRPP.
- Disposición para trabajar en equipo.
- 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 DEL ESTUDIANTE 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.
- 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.

PERFIL PROFESIONAL

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.

MERCADO LABORAL

- Ejercicio independiente de la profesión
- Organizaciones gubernamentales.
- Organizaciones privadas.
- Agencias de comunicación.
- Organizaciones sin fines de lucro.
- Organizaciones No Gubernamentales.

Relaciones Públicas