

Programa 2018

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOMAS DE ZAMORA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
LICENCIATURA EN RELACIONES PÚBLICAS

Programa de la Unidad Curricular: MATERIA: RELACIONES HUMANAS

1º Cuatrimestre de 2018

Cátedra:

Titular: Lic. Gabriel Stortini

Ayudante de Cátedra: Lic. Marina Berthet

Ayudante de Cátedra: Amancay Sanabria

Ayudante de Cátedra: Ana Laura Amorelli

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 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.

PROPOSITOS

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 HUAMANAS: 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. Metamorfosis de la cultura liberal: el alma de la empresa, ¿mito o realidad?. Los tres niveles de la ética. El origen de las tendencias. El esencialismo y sus límites.

Bibliografía por unidad temática:

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

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

Guillaume, E. (2016). Sociología de las tendencias. Barcelona. Editorial Gustavo Gili.

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

UNIDAD 2: INTRODUCCIÓN AL PENSAMIENTO CRÍTICO, EL PODER Y LAS FUNCIONES DE RELACIONES PÚBLICAS

Pensamiento crítico. Teoría crítica. Perspectiva interdisciplinaria. Paradigma dominante. Funcionalismo y RR.PP. Enfoque sistémico. Teoría sistémica. La naturaleza política del ejercicio de las Relaciones Públicas. Los peligros del poder y las Relaciones Públicas. Los profesionales de las Relaciones Públicas como agentes del poder. Poder, conocimiento y Relaciones Públicas. Estrategias de resistencia para los profesionales activistas. El poder personal.

Bibliografía por unidad temática:

Holtzhausen, D. (2016). Las Relaciones Públicas como activismo. Enfoques posmodernos. España: Editorial UOC.

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

UNIDAD 3: LA CLASIFICACIÓN DE LOS STAKEHOLDERS Y DE LOS PÚBLICOS

Categorías básicas de los stakeholders. Clasificaciones frecuentes de stakeholder y públicos en las Relaciones Públicas. Otras clasificaciones. Sistemas de clasificación. Los públicos desde las perspectivas no directivas de las Relaciones Públicas. La perspectiva homo narrans. Clasificación de los públicos según Chay-Nemeth. El estudio de los nuevos públicos según Cozier y Witmer.

Bibliografía por unidad temática:

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

UNIDAD 4: IDENTIDAD, BRANDING ORGANIZACIONAL Y GESTIÓN DE IMPRESIONES

Identidad Corporativa. Comunicación de la Identidad Corporativa. Los tres niveles de la Comunicación Corporativa. El impacto de Internet en la Comunicación Corporativa. Modelos de comunicación P.R. Imagen, Posicionamiento y Reputación: similitudes y diferencias conceptuales. Notoriedad corporativa. El análisis del entorno. Análisis de escenarios estratégicos de imagen corporativa. Gestión de impresiones. Consultoría de imagen personal.

Bibliografía por unidad temática:

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

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

UNIDAD 5: COMUNICACIÓN DIGITAL

De la revolución horizontal a la revolución permanente. Agentes del cambio: millenials 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:

Arévalo, 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 6: LAS RELACIONES PÚBLICAS EN SUS ESPACIOS DE APARICIÓN

Relaciones Institucionales. Lobbismo. Comunicación política. Think Tanks. Las Relaciones Públicas en la Salud. Promoción de la salud. Estrategias de promoción. Visiones internacionales de la promoción de la salud. El enfoque del marketing social.

Bibliografía por unidad temática:

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

UNIDAD 7: RESILIENCIA ORGANIZACIONAL Y PODER DIRECTIVO

Resiliencia organizacional. La organización que aprende. Pensar en las visiones directivas: Relaciones Humanas. Relaciones NeoHumanas. Modas y gurús de la dirección: formación directiva. La re-ingeniería de procesos de negocio (RPN). Liderazgo transformador y espiritual. Cuestiones de género.

Bibliografía por unidad temática:

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

Montero, F. (2014). Resiliencia organizacional. Barcelona. Editorial Gedisa.

UNIDAD 8: LAS RELACIONES PÚBLICAS EN LA CULTURA PROMOCIONAL

Cultura y Relaciones Públicas. Cultura promocional. Posmodernismo. 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.

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 evaluada a través de dos exámenes parciales y uno final al concluir el cuatrimestre.

SISTEMA DE EVALUACIÓN

Regularización a través de dos exámenes parciales y casos prácticos, entregados en tiempo y forma.

Aprobación con examen final.

NOTA

La cátedra cuenta con un blog que provee material bibliográfico complementario y obligatorio digitalizado y recursos audiovisuales. **Dirección del blog:**

<http://relacioneshumanasunlz.blogspot.es/>

Email de cátedra: relacioneshumanasUNLZ@gmail.com

CRONOGRAMA

FECHA	CLASE	TEMA
04/04/2018	1	Presentación de la materia Concepto de Relaciones Humanas y Condición Humana
11/04/2018	2	Tema: Enfoque Posmoderno. Activismo
18/04/2018	3	Tema: Pensamiento Crítico. Ética y Tendencias
25/04/2018	4	Tema: Públicos I
02/05/2018	5	Tema: Públicos II
09/05/2018	6	Tema: Branding y Gestión de Impresiones
16/05/2018	7	1er Parcial
23/05/2018	8	Tema: Comunicación Digital
30/05/2018	9	Tema: Relaciones Públicas en sus espacios de Aparición
06/06/2018	10	Tema: Resiliencia organizacional y Poder Directivo
13/06/2018	11	Tema: Promoción Cultural
20/06/2018	12	Feriado
27/06/2018	13	2do Parcial
04/07/2018	14	Recuperatorio

11/07/2017	15	Cierre de curso
-------------------	-----------	------------------------

Programa actualizado: Abril 2018