

## BACHILLERATO EN RELACIONES PÚBLICAS

### PRUEBAS PARA GRADO

#### MODALIDAD ALTERNATIVA

##### PRUEBA DE IDIOMA

Examen de idioma en lengua inglesa conforme la Ordenanza sobre Pruebas de Grado y Grados Académicos.

##### PRUEBA ÚNICA (Opción alternativa a las Pruebas de Grado tradicionales en el Bachillerato)

Examen oral con duración máxima de una hora sobre **Comunicación, Opinión Pública y Relaciones Públicas**. El candidato elegirá al azar en el Registro de la Universidad, cuarenta y ocho horas antes del día de la Prueba, un tema de la lista que aparece luego. El día de la Prueba el Jurado podrá hacerle directamente preguntas al candidato sobre el tema elegido y la temática afín. El Jurado debe realizar cuidadosamente las preguntas, en forma clara, de tal manera, que el estudiante pueda mostrar su conocimiento de la materia. El postulante elegirá a la suerte, en el Registro de la Universidad, una ficha con el número del tema. Los temas de la Prueba distribuidos por áreas son:

**Comunicación:** 1) Concepto de comunicación. 2) Mensaje, código, símbolos. 3) Los aportes de la sociología de la comunicación. 4) Los diferentes modelos de comunicación. 5) Interacción, precisión semántica, retroalimentación. 6) Tipos de comunicación. 7) La comunicación con los públicos. 8) La función informativa, formativa y recreativa de los medios de comunicación. 9) La influencia de los medios en el cambio de actitudes. 10) Importancia de los medios para las Relaciones Públicas. 11) Definición de los objetivos de la comunicación. 12) ¿Qué son estrategias de comunicación? 13) Medición de los resultados de la comunicación ¿Se puede?

**Opinión Pública:** 14) Los medios de comunicación colectiva y la formación de la opinión pública, la prensa, la radio, la televisión, el cine. 15) Naturaleza y caracteres de la opinión pública. 16) La opinión pública y la estructura social. 17) La formación de la opinión pública. 18) Expresión y conocimiento de la opinión pública. 19) Instrumentos de comunicación y los públicos. 20) Investigación de opinión pública. 21) Líderes de opinión e influencia personal. 22) Información pública y opinión. 23) Confianza en los medios y la eficacia de las fuentes informativas. 24) Tipos de estudios de opinión y encuestas. 25) Factores condicionantes del comportamiento social.

**Relaciones Públicas:** 26) Relaciones Públicas internas y su importancia dentro de la organización. 27) Relaciones Públicas externas y su importancia dentro de la organización. 28) Importancia de la comunicación interna como factor de motivación de los recursos humanos dentro de una organización. 29) Sistemas de motivación interna. 30) Relación de los recursos humanos con las Relaciones Públicas. 31) El rumor y la distorsión de mensajes internos. 32) Flujos de comunicación. 33) La responsabilidad social de la empresa y la función de Relaciones Públicas. 34) Auditoría social y relaciones con la comunidad. 35) Concepto y aplicación del balance social. 36) Importancia de las Relaciones Públicas externas para la empresa o institución (sea esta pública o privada). 37) Identificación de los diferentes públicos externos de una organización. 38) La importancia de una buena información con los accionistas, proveedores, competidores y la comunidad, varios de los públicos externos de mayor relevancia en el buen desempeño comunicacional de las organizaciones. 39) Identificación de las técnicas más apropiadas para un plan de Relaciones Públicas internas. 40) Identificación de las técnicas más apropiadas para un plan de Relaciones Públicas externas. 41) La función del relacionista como asesor interno. 42) La función del relacionista como consultor externo. 43) Detección de las diferencias de conducta entre los públicos de las diferentes organizaciones (cooperativistas, sindicalistas, directivos, subordinados, etc.). 44) La importancia de la opinión pública en las políticas de comunicación externa. 45) Concepto y actores de la imagen corporativa y la acción de Relaciones Públicas. 46) ¿Cómo se desarrolla el plan programa de imagen corporativa? 47) La investigación en las Relaciones Públicas. 48) La implementación en las Relaciones Públicas. 49) La evaluación en las Relaciones Públicas. 50) Factores por tomar en cuenta en el planeamiento de una campaña de Relaciones Públicas.

## BIBLIOGRAFÍA GENERAL RECOMENDADA

Barquero, J. Y Barquero, M. (2005) *Manual de relaciones públicas, comunicación y publicidad*. Editorial Gestión 2000. Berlo, David. (2002) *Proceso de la comunicación*. Editorial Ateneo. Black, Sam. (2004) *ABC de las relaciones públicas*. Gestión 2000. Capriotti Peri P. (2009) *Branding corporativo, fundamentos para la gestión estratégica de la identidad corporativa*. Santiago, Chile: Colección De Libros De La Empresa. Andros Impresores. Crespi, Irving. (1997) *El proceso de opinión pública*. Madrid: Ariel. Dader, José Luis; Monzón Arribas, Cándido. (2006) *Opinión pública, comunicación y política*. Madrid: Editorial Tecnos. Formanchuk, A. (2010) *Comunicación interna 2.0*. Buenos Aires: Edición Formanchuk & Asociados. Formanchuk, A. (2011) *Branding interno, una trama inteligente. Edición 1*. Buenos Aires: Formanchuk & Asociados. Lucas Marín, Lucas; García Galera, María Del Carmen; Linares Rodríguez, Virginia; Lucas Marín, Antonio; Martín Cardaba, Miguel Angel. (2009) *La nueva comunicación*. España: Editorial Trotta. Mcquail, Denis. (1999) *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. España: Paidós. Monzón Arribas, Cándido (1987). *La opinión pública: teorías, concepto y métodos*. Madrid:

Tecnos. Muñoz Alonso, Alejandro; Monzon, Candido; Rospir, Juan Ignacio; y Dader, Jose Luis. (1992). *Opinión pública y comunicación política*. Madrid: Eudema. Navarro García., Fernando. (2008) *Responsabilidad social corporativa*. ESIC Editorial. Seitel, Frasser P. (2002) *Teoría y práctica de las relaciones públicas*. Madrid: Pearson Prentice Hall. Van Riel, Cees B.M. (2005) *Comunicación corporativa*. U.S.A: Pearson Prentice Hall. Wilcox, D; Cameron, G; Xifra, J. (2012) *Relaciones públicas, tácticas y estrategias*. Addison Wesley. Wolf, Mauro. (2000) *La investigación de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós.

**RELACIONES PÚBLICAS  
PRUEBAS ALTERNATIVAS**

**LICENCIATURA**

**LIC. (RR.PP.)**

**(Las pruebas actuales siguen vigentes)**

En caso de que el estudiante desee acceder al grado de Licenciatura y obtener el título de Licenciatura en Relaciones Públicas, deberá presentar las siguientes tres pruebas:

**PRUEBA DE IDIOMA**

Examen de idioma en una de las lengua autorizadas, conforme a las reglas establecidas en la ORDENANZA R-91-75

**PRUEBA ESCRITA**

Examen escrito con duración no mayor a noventa minutos sobre **Comunicación Institucional**: a) Comunicación Intrainstitucional, b) Comunicación Extraintstitucional, c) La comunicación en la Teoría de Sistemas, d) El propósito de la comunicación institucional, e) Comunicación Organizacional, f) El lobby y g) El portavoz, h) Comunicación online y nuevas estrategias de comunicación sobre medios digitales. i) Comunicación en situaciones de crisis (cómo comunicar en tiempos de crisis, comunicación en situaciones de riesgo). **Teoría y Derecho de la Información**: a) estudio de los factores del proceso informativo, sus funciones, y su influencia en la sociedad actual, b) La invasión de la intimidad, (Los boletines o revistas de empresas para colaboradores), c) Comunicados con fotografías, d) Solicitudes de información sobre los colaboradores por parte de los medios de comunicación, e) La publicity y la publicidad, f) La libertad de información y la libertad de expresión, d) La ley de marcas comerciales, e) El derecho de respuesta; el derecho de rectificación, f) La competencia desleal, g) Los derechos de autor en Internet. **El proceso investigativo y su Vínculo con las Relaciones Públicas**: La importancia de la investigación, Técnicas de investigación, Diseño del cuestionario, Cómo llegar a un entrevistado. El proceso, diseño y realización de una investigación. Investigación exploratoria y descriptiva. Investigación para comprobación de hipótesis. Medición de actitudes. Principios del análisis de información. Utilización y limitaciones de la investigación.

**PRUEBA ORAL**

Examen oral con duración máxima de una hora. El candidato impartirá una lección de aproximadamente treinta minutos de duración y responderá a continuación a las preguntas del Jurado. La lección versará sobre una **Campaña de Relaciones Públicas**,

realizada durante su residencia de estudios, en la que se haga uso de los medios de comunicación: prensa, radio y televisión. La Sede deberá certificar ante la Oficina de Registro que el postulante realizó un Proyecto de Campaña a corto plazo durante su Residencia de Estudios. La certificación incluirá, además de los datos del estudiante, el tema sobre el que versó el proyecto y una breve descripción, de no más de media cuartilla a doble espacio.

## **BIBLIOGRAFÍA GENERAL RECOMENDADA**

Black, Sam. (2004) *ABC de las relaciones públicas*. Gestión 2000

Lattimora, Dan; Baskin, Otis; Heiman, Suzette; Toth, Elizabeth. (2007). *Relaciones públicas: profesión y práctica*. Mc Graw Hill. México

Seitel, Frasser P. (2002) *Teoría y práctica de las relaciones públicas*. Madrid: Pearson Prentice Hall.

Wilcox, D; Cameron, G; Xifra, J. (2006) *Relaciones públicas, tácticas y estrategias*. Addison Wesley.