



UNIVERSIDAD NACIONAL JOSE FAUSTINO SANCHEZ CARRION

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE GESTIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA

SÍLABO POR COMPETENCIAS

I) DATOS GENERALES:

1.1 ASIGNATURA	: Relaciones Públicas y Protocolo
1.2 CÓDIGO DE LA ASIGNATURA	: 44204
1.3 ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL	: Gestión en Turismo y Hotelería
1.4 DEPART. ACADÉMICO	: Administración y Gestión
1.5 CRÉDITOS	: 03 Créditos
1.7 N° DE HORAS	: 04 Horas
1.8 PLAN DE ESTUDIOS	: Plan N°01 por competencias
1.9 AÑO Y SEM. ACADÉMICO	: 2018-I
1.10 CICLO	: III A
1.10 PROFESOR DEL CURSO	: Mg. Ana Rodriguez Cadillo
1.11 COLEGIATURA	: CLT N° 048
1.12 E-mail	: ana.rodriguezcadillo@gmail.com

II) DESCRIPCIÓN Y SUMILLA DEL CURSO

La naturaleza de la asignatura, es teórica y práctica, tiene por propósito que los estudiantes utilicen una herramienta fundamental de conocimiento personal como un aporte sustancial para la construcción de un nuevo paradigma de desarrollo. La importancia del crecimiento personal radica en que involucra la expansión de habilidades personales básicas que permitan desarrollar capacidades gerenciales en la toma de decisiones. Comprende los siguientes contenidos. Persona y Autoestima, Competencias Emocionales, Marketing Personal y Destrezas sociales, Liderazgo y Trabajo en equipo.

III) COMPETENCIA GENERAL DEL CURSO

- ✓ Identifica, analiza y aplica técnicas personales que favorecen su desempeño en el ámbito personal y profesional.

IV) **CAPACIDADES AL FINALIZAR EL CURSO.**

	CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDÁCTICA	NOMBRE DE LA UNIDAD DIDÁCTICA		SEMANAS
UNIDAD I	Frente a un mercado laboral exigente, es necesario Aplicar las estrategias del Marketing Personal, fortalecer la autoestima en el profesional para un mejor desempeño laboral, tomando en cuenta las bases conceptuales pertinentes.	Marketing Personal		1 - 5
UNIDAD II	Ante la existencia de diferentes estilos de Liderazgo, es necesario Determinar el estilo más eficiente y eficaz en el cual pueda desarrollar las competencias emocionales, ello basado en fuentes de información recopiladas	Liderazgo		6 - 9
UNIDAD III	Frente a la obligación del cumplimiento de actos protocolares, es indispensable Identificar las normas básicas de conducta y desenvolvimiento en las celebraciones, como en la etiqueta en la mesa que ayudaran en el dominio de actitudes frente a estos actos oficiales.	Protocolo y Etiqueta		10 - 14
UNIDAD IV	Tomando como referencia las relaciones sociales y laborales, es necesario Explicar los instrumentos y estrategias de las Relaciones Públicas, para mantener un posicionamiento laboral dentro del mercado, basándonos en fuentes bibliográficas existentes.	Relaciones Publicas		15 - 16

v) **INDICADORES DE CAPACIDADES AL FINALIZAR EL CURSO.**

SEMANA	INDICADORES DE CAPACIDAD AL FINALIZAR EL CURSO
1	Identificar la importancia de la Autoestima en la formación del ser humano y el fomento de sus capacidades, basándose en fuentes bibliográficas validadas
2	Aplicar lo aprendido para la mejora de la imagen personal y empresarial con base en las fuentes bibliográficas pertinentes
3	Reconoce las estrategias integrantes para el desarrollo del Marketing personal, basándose en información recopilada
4	Aplica las técnicas y estrategias para la creación de una marca personal basándose en consejos de autores reconocidos.
5	Desarrolla la autoplanificación estratégica a corto y mediano plazo con base en el Marketing personal
6	Explica eficientemente los estilos de Liderazgo en base a teorías de autores reconocidos.
7	Registra los pasos para la toma de decisiones con base en fuentes de investigación pertinente
8	Expone la importancia del trabajo en equipo dentro de una organización basándose en fuentes bibliográficas
9	Fundamentar la necesidad de establecer una correcta comunicación y el uso de la empatía.
10	Identificar la clase de protocolo el cual deba usarse en los eventos empresariales con base en autores reconocidos.
11	Aplicar las normas protocolares las cuales tienen base en fuente de información bibliográfica.
12	Ejecuta las pautas de etiqueta social en la mesa con base en las fuentes pertinentes.
13	Aplica las técnicas de reconocimiento de tipos de vino y el maridaje perfecto con las comidas.
14	Selecciona los tipos de eventos más realizados dentro del entorno empresarial.
15	Identificar los conceptos y antecedentes de dan lugar a las Relaciones Públicas, basándose en material bibliográfico pertinente.
16	Fundamentar objetivamente las apreciaciones sobre las tendencias de las Relaciones Públicas con base en autores reconocidos.

VI) **DESARROLLO DE LAS UNIDADES DIDÁCTICAS.**

CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDÁCTICA I: Frente a un mercado laboral exigente, es necesario Aplicar las estrategias del Marketing Personal, fortalecer la autoestima en el profesional para un mejor desempeño laboral, tomando en cuenta las bases conceptuales pertinentes.					
Semana	Contenidos			Estrategia didáctica	Indicadores de logro de la capacidad
	Conceptual	Procedimental	Actitudinal		
1	1. Definiciones de Autoestima	Analiza las definiciones de la Autoestima, sus tipologías y sus componentes	Participar activamente en los planteamientos conceptuales.	Exposición académica de estrategias relevantes. Lectura de textos bibliográficos. Búsqueda de información y uso de las Tics.	Identificar la importancia de la Autoestima en la formación del ser humano y el fomento de sus capacidades, basándose en fuentes bibliográficas validadas. Aplicar lo aprendido para la mejora de la imagen personal y empresarial con base en las fuentes bibliográficas pertinentes. Reconoce las estrategias integrantes para el desarrollo del Marketing personal, basándose en información recopilada Aplica las técnicas y estrategias para la creación de una marca personal basándose en consejos de autores reconocidos. Desarrolla la autoplanificación estratégica a corto y mediano plazo con base en el Marketing personal
2	2. Imagen personal y empresarial	Reconoce los elementos conformantes de la imagen personal y empresarial.	Propicia el interés por aplicar las técnicas presentadas que ayudaran en su desarrollo personal		
3	3. Concepto Marketing personal	Explica el Marketing personal y sus 4 Ps relacionadas al mix personal.	Debate sobre los casos planteados en las dinámicas.		
4	4. Creación de una marca personal	Debate la importancia de la creación de una marca personal para el posicionamiento laboral.	Estructurar el análisis FODA personal.		
5	5. Plan de Marketing Personal	Reconoce los elementos que componen el Plan Personal			
EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DIDÁCTICA					
EVIDENCIA DE CONOCIMIENTOS			EVIDENCIA DE PRODUCTO		EVIDENCIA DE DESEMPEÑO
Evaluación escrita y oral de la unidad			Presentación de análisis escritos después del debate efectuado.		Conoce analiza y debate la importancia del Marketing personal

CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDÁCTICA II: Ante la existencia de diferentes estilos de Liderazgo, es necesario Determinar el estilo más eficiente y eficaz en el cual pueda desarrollar las competencias emocionales, ello basado en fuentes de información recopiladas								
Semana	Contenidos			Estrategia didáctica	Indicadores de logro de la capacidad			
	Conceptual	Procedimental	Actitudinal					
6	1. Concepto de Liderazgo y estilos 2. Toma de decisiones 3. Trabajo en equipo 4. Comunicación y empatía	Identificar los estilos de Liderazgo más relevantes. Conocer las herramientas necesarias para una correcta toma de decisiones.	Debatir los estilos de liderazgo idóneos para la aplicación gerencial. Interés por conocer las técnicas empleadas en la toma de decisiones.	Lectura de textos referenciales al tema Desarrollo de dinámicas personales Análisis de casos presentados.	Explica eficientemente los estilos de Liderazgo en base a teorías de autores reconocidos. Registra los pasos para la toma de decisiones con base en fuentes de investigación pertinente. Expone la importancia del trabajo en equipo dentro de una organización basándose en fuentes bibliográficas. Fundamentar la necesidad de establecer una correcta comunicación y el uso de la empatía.			
7		Debate grupal de la importancia de un Trabajo en equipo coordinado entre las áreas de una empresa. Analizar los procesos de comunicación y la relevancia del uso de la empatía.	Participación activa en el debate grupal. Distinguir los procesos comunicacionales y empáticos.					
8						EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DIDÁCTICA		
9						EVIDENCIA DE CONOCIMIENTOS	EVIDENCIA DE PRODUCTO	EVIDENCIA DE DESEMPEÑO
Evaluación escrita y oral de la unidad		Fija tema de estudios para su desarrollo		Domina los procesos para la entrega y exposición de temas fijados.				

Unidad Didáctica II: LIDERAZGO

Unidad Didáctica III: PROTOCOLO Y ETIQUETA

CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDÁCTICA III: Frente a la obligación del cumplimiento de actos protocolares, es indispensable **Identificar** las normas básicas de conducta y desenvolvimiento en las celebraciones, como en la etiqueta en la mesa que ayudaran en el dominio de actitudes frente a estos actos oficiales.

Semana	Contenidos			Estrategia didáctica	Indicadores de logro de la capacidad
	Conceptual	Procedimental	Actitudinal		
10	<ol style="list-style-type: none"> Concepto y clases de protocolo. Normas protocolares Etiqueta en la mesa. Los vinos y maridaje Tipos de eventos 	<p>Diferenciar las clases de protocolo existentes.</p> <p>Conocer las principales normas que rigen el protocolo social y empresarial</p> <p>Identifica el conjunto de normas para una correcta educación a la hora de comer.</p> <p>Reconocer todo lo relacionado a la Enología y el maridaje que acompaña cada comida.</p> <p>Identificar los tipos de eventos más realizados dentro de un mundo empresarial</p>	<p>Propiciar en el estudiante la lectura de textos bibliográficos.</p> <p>Debatir casos de falta de normas protocolares en eventos empresariales.</p> <p>Participar activamente en la ejecución de normas de etiqueta.</p> <p>Propiciar la participación en las catas de vino y maridaje.</p> <p>Compartir la información bibliográfica obtenida de los tipos de eventos más realizados.</p>	<p>Exposición académica de casuísticas.</p> <p>Lectura y análisis de material bibliográfico.</p> <p>Desarrollo del mise en place.</p>	<p>Identificar la clase de protocolo el cual deba usarse en los eventos empresariales con base en autores reconocidos.</p> <p>Aplicar las normas protocolares las cuales tienen base en fuente de información bibliográfica.</p> <p>Ejecuta las pautas de etiqueta social en la mesa con base en las fuentes pertinentes.</p> <p>Aplica las técnicas de reconocimiento de tipos de vino y el maridaje perfecto con las comidas.</p> <p>Selecciona los tipos de eventos más realizados dentro del entorno empresarial.</p>
11					
12					
13					
14					
EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DIDÁCTICA					
EVIDENCIA DE CONOCIMIENTOS			EVIDENCIA DE PRODUCTO		EVIDENCIA DE DESEMPEÑO
Prueba escrita y oral de la unidad didáctica.			Entrega del trabajo monográfico.		Fundamenta el trabajo utilizando fuentes bibliográficas.

Unidad Didáctica IV: RELACIONES PÚBLICAS	CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDÁCTICA IV: Tomando como referencia las relaciones sociales y laborales, es necesario Explicar los instrumentos y estrategias de las Relaciones Públicas, para mantener un posicionamiento laboral dentro del mercado, basándonos en fuentes bibliográficas existentes.					
	Semana	Contenidos			Estrategia didáctica	Indicadores de logro de la capacidad
		Conceptual	Procedimental	Actitudinal		
	15 16	<p>1. Antecedentes y conceptos de las Relaciones Públicas.</p> <p>2. Tendencias en las Relaciones Públicas.</p>	<p>Entender los conceptos y orígenes de las RRPP.</p> <p>Investigar las principales tendencias de las RRPP</p>	<p>Leer material bibliográfico especializado.</p> <p>Propiciar la investigación en los estudiantes.</p>	<p>Análisis y lectura del material bibliográfica elegida.</p> <p>Exposición académica del tema investigado.</p>	<p>Identificar los conceptos y antecedentes de dan lugar a las Relaciones Públicas, basándose en material bibliográfico pertinente.</p> <p>Fundamentar objetivamente las apreciaciones sobre las tendencias de las Relaciones Públicas con base en autores reconocidos.</p>
	EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DIDÁCTICA					
	EVIDENCIA DE CONOCIMIENTOS		EVIDENCIA DE PRODUCTO		EVIDENCIA DE DESEMPEÑO	
	Evaluación escrita y oral de la unidad		Entrega de trabajos monográficos y exposición		Conoce analiza y debate la necesidad de aplicar técnicas de Relaciones públicas	

MATERIALES EDUCATIVOS Y OTROS RECURSOS DIDÁCTICOS.

- ✓ Separatas
- ✓ Libros
- ✓ Plataformas informáticas
- ✓ Proyector multimedia.
- ✓ Materiales audiovisuales.
- ✓ Informes periodísticos.
- ✓ Pizarra, plumones.

VII) EVALUACIÓN

La evaluación se realizará por Unidad Didáctica. Consiste en verificar y calificar al estudiante las evidencias de conocimiento, producto y desempeño.

UNIDADES	EVIDENCIAS	PORCENTAJE	PONDERACIÓN	INSTRUMENTOS
I, II, III, IV	De conocimiento	30	0.30	Cuestionario
	De producto	30	0.30	Tabla de escala valorativa
	De desempeño	40	0.40	Tabla de escala valorativa
	TOTAL	100%	1.00	

El promedio de cada unidad será resultante de la siguiente fórmula:

$$\text{PFUD} = \text{EC} (0.30) + \text{EP} (0.30) + \text{ED} (0.40)$$

El promedio final de la asignatura se determinará aplicando la siguiente fórmula:

$$\text{PF} = \text{PUD1} (0.25) + \text{PUD2} (0.25) + \text{PUD3} (0.25) + \text{PUD4} (0.25)$$

VIII) BIBLIOGRAFÍA.

Unidad I

- Robbins, s. (2010). *Comportamiento organizacional*. Prentice Hall. México.
- Recuperado de:
<https://blog.educaweb.mx/marketing-personal-pdf-elaborar-marca/>
- Recuperado de:
<http://www.upt.edu.pe/contents/bolsa/uploaded/documents/marketing.pdf>

Unidad II

- Campus Romero (2016). *Desarrollando al Líder Emprendedor*. Lima.
- Recuperado de:
<http://www.redalyc.org/pdf/1790/179018081005.pdf>
- Recuperado de:
http://fundacionparalasalasamericas.org/wp-content/uploads/2013/11/Las_21_Leyes_Irrefutables_del_liderazgo-1.pdf

Unidad III

- Holler, F. (2012). *Ese dedo meñique*. Edit. Planeta Perú Lima.
- Newstrom, J. (2011). *Comportamiento Humano en el trabajo*. Edición McGraw Hill. MEXICO.

Unidad IV

- Lattimore, D. (2008). *Relaciones Publicas*. España.
- Ries, A. Y Ries, L. (2002). *La caída de la publicidad y el auge de las RRPP*. Empresa activa. España.
- Center, A. y Cutlip, S. (2000). *Relaciones publicas eficaces*. Gestión. Barcelona.

Huacho, abril de 2018

Mg. Ana J. Rodriguez Cadillo.
Docente del Curso