

# SAGRADO

Universidad del Sagrado Corazón

ESCUELA DE COMUNICACIÓN FERRÉ RANGEL  
MAESTRÍA EN RELACIONES PÚBLICAS  
Y COMUNICACIÓN INTEGRADA

## PRONTUARIO

**TÍTULO:** Experiencia internacional en relaciones públicas & comunicación integrada

**CODIFICACIÓN:** RPI 788

**CRÉDITOS:** 3 créditos | 1 término

### DESCRIPCIÓN

La experiencia internacional es una modalidad semipresencial para el desarrollo de un proyecto individual en relaciones públicas y comunicación integrada. El estudiante participa de un viaje académico y cultural. Durante el viaje, el estudiante obtiene una experiencia de inmersión académica, profesional, empresarial, social y cultural mediante conferencias, visitas a empresas y lugares icónicos, entre otras actividades. Esto le permite ampliar la perspectiva disciplinaria e integrarla a un documento final con enfoque en las relaciones públicas y la comunicación integrada internacional o global. Este curso se ofrece en modalidad totalmente en línea, con excepción del periodo del viaje. Las sesiones de consulta con el profesor mentor son mediadas por tecnología.

### JUSTIFICACIÓN

La interconexión comunicacional resultante de los avances tecnológicos requiere que el estudiante desarrolle estrategias de relaciones públicas y comunicación integrada en el ámbito global. Esta experiencia internacional constituye una oportunidad de validar conocimientos, destrezas y habilidades adquiridas durante la formación académica en el programa de maestría. De igual forma, el contacto internacional permite colocar al estudiante en una posición de liderazgo ante el reto de integrar la realidad internacional y local en el contexto global. Asimismo, constituye un modelo de internacionalización académica al exponer al estudiante a otras perspectivas y escenarios dentro del campo de las relaciones públicas y la comunicación integrada.

## **COMPETENCIAS**

El curso desarrolla en el o la estudiante las siguientes competencias:

- **Investigación y exploración**
- **Sentido ético y justicia social**
- **Comunicación**

## **OBJETIVOS**

Al finalizar el curso el o la estudiante será capaz de:

1. Examinar el entorno internacional y global de las relaciones públicas y la comunicación integrada de manera analítica y estratégica.
2. Aportar al desarrollo de las relaciones públicas y la comunicación integrada con enfoque internacional mediante proyectos académicos.
3. Aplicar los conocimientos adquiridos en el desarrollo de la investigación de las relaciones públicas y la comunicación integrada internacional.
4. Conocer las diferencias en la práctica de las relaciones públicas y la comunicación integrada mediante un análisis comparativo de la realidad de la disciplina entre países.
5. Entender el impacto de la diversidad y otros contextos histórico-culturales en la práctica de las relaciones públicas y la comunicación integrada.
6. Reconocer los beneficios y las limitaciones del intercambio internacional en términos culturales, económicos y de negocios.

## **CONTENIDO**

### I. Introducción al informe

#### A. Planteamiento y justificación del problema

1. Selección del tema
2. Establecer aportación a las relaciones públicas y la comunicación integrada
3. Establecer el objetivo del estudio

#### B. Revisión de literatura – establecer los temas pertinentes al estudio, por ejemplo:

1. Relaciones públicas y comunicación integrada global versus internacional
2. Comunicación intercultural en el contexto global e internacional

3. La diversidad en la comunicación internacional
4. Consideraciones éticas en la comunicación global e internacional

5. Oportunidades de emprendimiento
6. Retos y oportunidades para iniciativas globales, incluyendo estrategias de medios sociales y mejores prácticas
7. Medios globales para audiencias locales
8. Estrategias y manejo de la presencia de clientes en los medios sociales
9. El estado de las relaciones públicas y la comunicación integrada en el mercado internacional
10. La práctica de las relaciones públicas y la comunicación integrada en el país visitado

C. Análisis y procesamiento de la información recopilada

D. Conclusiones

E. Recomendaciones

F. Referencias

## II. Informe final

A. Elaboración de un borrador inicial

B. Revisión y corrección del documento según las partes requeridas

C. Edición del documento según el estilo de redacción de la American Psychological Association (APA)

E. Versión final del documento de un mínimo de 20 páginas

## III. Viaje

A. Asistencia y participación en las conferencias, talleres, entre otros foros programados

B. Visitas a empresas como parte de la experiencia internacional durante el viaje

C. Actividades culturales programadas en la visita al país de destino

## **METODOLOGÍA**

Se recomiendan las siguientes estrategias de la metodología de aprendizaje activo:

- El curso se desarrollará mediante comunicación en línea con el profesor mentor, análisis de fuentes de información pertinentes al tema seleccionado, además de visitas a centros universitarios y empresas localizadas en el país de destino. Dos reuniones son requeridas, una al inicio y otra al final del trimestre. Estas reuniones serán mediante programas como Zoom, Skype u otro de común acuerdo. El estudiante se comunicará con su profesor mediante el correo electrónico de la Universidad del Sagrado Corazón y coordinará cualquier reunión mediada por tecnología durante el trimestre. En estas reuniones, el profesor mentor proveerá al estudiante asesoramiento profesional, guía para desarrollar el informe final y espacio de diálogo virtual sobre la experiencia

internacional.

## EVALUACIÓN

Asignaciones 30%

Asistencia a las actividades académicas/culturales del viaje 10%

Cronología y análisis de la experiencia internacional 20%

Proyecto final 30%

Participación interactiva 10%

**Total 100%**

## AVALÚO DEL APRENDIZAJE

Se aplica la rúbrica de avalúo institucional a la actividad central del curso.

## BIBLIOGRAFÍA

American Psychological Association (2010). *Manual de publicaciones de la American Psychological Association* (3a. ed.). México: Editorial El Manual Moderno S. A. de C. V. [Disp. en BMMTG]

Athaydes, A. S. (2016). *Relaciones Públicas en Brasil y España: Estudio comparativo entre los campos profesional y académico (1960-2014)*. (Tesis doctoral, Universidad de Málaga, Facultad de Ciencias de la Comunicación). Recuperado de <http://riu>

Castillo Esparcia, A. (s.f.). Las relaciones públicas internacionales. *RRPPnet, Portal de Relaciones Públicas*. Recuperado de <http://www.rrppnet.com.ar/relacionespublicasinternacionales.htm>

Closs, L. (5 de diciembre de 2016). International agency structures: Is there a perfect solution? *ITL #198*. International Public Relations Association. Recuperado de <https://www.ipra.org/news/itl/itl-198-international-agency-structures-is-there-a-perfect-solution/>

Collel, M. R. & Xifra, J. (2016). La historia reciente de relaciones públicas en España. *Organicom*, 13(24), 85-94. Recuperado de <file:///C:/Users/User/Downloads/950-2604-1-PB.pdf>

Creswell. J. W. (2014). *Research design: qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4a. ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

Half, G. & Gregory, A. (2013). Divided We Stand: Defying Hegemony in Global Public Relations and Practice? *Public Relations Review*, 39(5), 417-425. Recuperado de [http://ink.library.smu.edu.sg/cgi/viewcontent.cgi?article=4513&context=lkcsb\\_research](http://ink.library.smu.edu.sg/cgi/viewcontent.cgi?article=4513&context=lkcsb_research)

Jain, R., De Moya, M. & Molleda, J. C. (septiembre, 2014). State of international public relations research: Narrowing the knowledge gap about the practice across borders. *Public Relations Review*, 40(3), 595-597. doi:

<https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2014.02.009>

- James, M. (febrero, 2015). Situating a new voice in public relations: The application of positioning theory to research and practice. *Media International Australia*, 154(1), 34-41. Recuperado de <http://proxycobimet.net:2048/login?user=sdtejfwe12&pass=sdfETsdeRT!@2&url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edsgao &AN=edsgcl.405924643&lang=es&site=eds-live>
- Jaramillo Oyervide, J. A., Valarezo Chicaiza, G. & Astudillo González, O. B. (julio, 2014). Rigurosidad versus flexibilidad en la investigación cualitativa. *Panorama Médico*, 8(1), 6-13. Recuperado de <http://dspace.ucacue.edu.ec/bitstream/reducacue/5540/3/RIGUROSIDAD%20VERSIS%20FLEXIBILIDAD%20EN%20INVESTIGACION.pdf>
- Ki, E. J. & Ye, L. (marzo, 2017). An assessment of progress in research on global public relations from 2001 to 2014. *Public Relations Review*, 43(1), 235-245. doi: 10.1016/j.pubrev.2016.12.005
- Kinsey, D. F., Yang, S. & Golan, G. J. (2015). *International Public Relations and Public Diplomacy: Communication and Engagement* [eBook]. New York, NY: Peter Lang AG.
- Kivunja, C. (2016). How to Write an Effective Research Proposal for Higher Degree Research in Higher Education: Lessons from Practice. *International Journal of Higher Education*, 5(2), 163-172. doi: <https://doi.org/10.5430/ijhe.v5n2p163>
- Kunczik, M. (2016). *Images of Nations and International Public Relations* [eBook] (2a. ed.). London: Routledge.
- López-Cantos, F. (2015). Communication research using Big Data methodology. *Revista Latina de Comunicación Social*, 70, 878-890. doi: 10.4185/RLCS-2015-1076en
- Lozano, N., Prades, J. & Montagut, M. (octubre, 2015). Som la Pera: How to develop a social marketing and public relations campaign to prevent obesity among teenagers in Catalonia. *Catalan Journal of Communication & Cultural Studies*, 7(2), 251-259. doi: 10.1386/cjcs.7.2.251\_1
- Marca, G., Oliveira, A., Matilla, K. & Miranda, T. (junio, 2017). El valor de la evaluación de las relaciones públicas y de la comunicación en las organizaciones: el caso de los hospitales del Sistema Nacional de Salud Español. *Palabra Clave*, 20(2), 506-528. Recuperado de <http://palabraclave.unisabana.edu.co/index.php/palabraclave/article/view/5951>
- Maioli, E. (agosto, 2014). La investigación científica y su aplicación en las Relaciones Públicas. *Reflexión Académica en Diseño y Comunicación*, 23, 116-122. Universidad de Palermo, Argentina. Recuperado de [http://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/publicacionesdc/archivos/484\\_libro.pdf](http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/archivos/484_libro.pdf)
- Martínez Godínez, V. L. (2013). Manual multimedia para el desarrollo de trabajos de investigación. Una visión desde la epistemología dialéctico crítica. *Paradigmas de investigación*. Recuperado de [http://www.pics.uson.mx/wp-content/uploads/2013/10/7\\_paradigmas\\_de\\_investigacion\\_2013.pdf](http://www.pics.uson.mx/wp-content/uploads/2013/10/7_paradigmas_de_investigacion_2013.pdf)

- Maxwell, J. A. (2013). *Qualitative research design* (3a. ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Meadows, C. & Meadows, C. W. (diciembre, 2014). The history of academic research in public relations: Tracking research trends over nearly four decades. *Public Relations Review*, 871-873. doi: 10.1016/j.pubrev.2014.06.005
- Moss, D., Likely, F., Sriramesh, K. & Ferrari, M. A. (marzo, 2017). Structure of the public relations/communication department: Key findings from a global study. *Public Relations Review*, 43(1), 80-90. doi: 10.1016/j.pubrev.2016.10.019
- Ochoa, L. & Cueva Labelle, A. (2014). El plagio y su relación con los procesos de escritura académica. *Forma y Función*, 27(2), 95-113. doi: 10.15446/tyf.v27n2.47667
- Navarrao Ruiz, C. & Humanes, M. L. (2014). Liderazgo estratégico en el sector de las relaciones públicas en España. Características, retos, factores culturales y estructurales. *Revista Internacional de Relaciones Públicas*, 4(8). Recuperado de <http://revistarelacionespublicas.uma.es/index.php/revrrpp/article/view/289>
- Pelsmacker, P., Geuens, M. & Bergh, J. (2013). *Marketing Communications: A European Perspective* [eBook] (5a. ed.). Harlow, England: Pearson.
- Rennie, F. & Smyth, K. (2016). How to Write a Research Dissertation: Essential Guidance in Getting Started for Undergraduates and Postgraduates. *Council on Undergraduate Research Quarterly*, 36(3). doi: 10.18833/curq/36/3/11
- Schanzer, R (2014). *El marco teórico de una investigación*. Recuperado de [http://moodle2.unid.edu.mx/dts\\_cursos\\_mdl/lic/AET/PE/AM/09/EI\\_marco.pdf](http://moodle2.unid.edu.mx/dts_cursos_mdl/lic/AET/PE/AM/09/EI_marco.pdf)
- Sriramesh, K. & Vercic, D. (2013). *Relaciones públicas globales*. Barcelona, España: Editorial UOC.
- Somerville, I. (2017). *International Public Relations: Perspectives From Deeply Divided Societies* [eBook]. Abingdon, Oxon, United Kingdom: Routledge.
- Stacks, D. W. (2017). *Primer of Public Relations Research* (3a. ed.). New York, NY: The Guilford Press.
- Stacks, D. W. & Bowen, S. A. (2013). *Dictionary of Public Relations Measurement and Research* (3a. ed.). Institute for Public Relations Measurement Commission. Recuperado de <http://amecorg.com/wp-content/uploads/2013/09/Dictionary-of-Public-Relations-Measurement-and-Research-3rd-Edition-AMEC.pdf>
- Taylor, M. & Yang, A. (septiembre, 2015). Have Global Ethical Values Emerged in the Public Relations Industry? Evidence from National and International Professional Public Relations Associations. *Journal of Business Ethics*, 130(3), 543-555. doi: 10.1007/s10551-014-2226-4
- Valentini, C., Kruckeberg, D. & Starck, K. (2016). The global society and its impact on public relations theorizing: Reflections on major macro trends. *Central European Journal of Communication*, 9(17), 229-246.

doi:10.19195/1899-5101.9.2(17).

Wang, Y. (2015). Incorporating Social Media in Public Relations: A Synthesis of Social Media-Related Public Relations Research. *Public Relations Journal*, 9(3).

Recuperado de  
<https://apps.prsa.org/Intelligence/PRJournal/Documents/2015v09n03Yang.pdf>

Zamudio-Suárez, F. (16 de julio de 2016). Everybody's Talking About Plagiarism. What Is It, Exactly? *The Chronicle of Higher Education*. Recuperado de <http://chronicle.com/blogs/ticker/everybodys-talking-about-plagiarism-what-is-it-exactly/112921>

Zerfass, A., Verhoeven, P., Moreno, A., Tench, R. & Verčič, D. (julio, 2016). *European Communication Monitor 2016. Exploring Trends in Big Data, Stakeholder Engagement and Strategic Communication. Results of A Survey in 43 Countries*. Bruselas, Bélgica: EACD European Association of Communication Directors. Recuperado de <http://www.zerfass.de/ECM-WEBSITE/media/ECM2016-Results-ChartVersion.pdf>

Puede encontrar más recursos de información relacionados a los temas del curso en la página de la biblioteca <http://biblioteca.sagrado.edu/>

## **ACOMODO RAZONABLE**

Para obtener información detallada del proceso y la documentación requerida, debe visitar la oficina correspondiente. Para garantizar igualdad de condiciones, en cumplimiento de la Ley ADA (1990) y el Acta de Rehabilitación (1973), según enmendada, todo estudiante que necesite servicios de acomodo razonable o asistencia especial deberá completar el proceso establecido por la Vicepresidencia de Asuntos Académicos.

## **HONRADEZ ACADÉMICA, FRAUDE Y PLAGIO**

Todo estudiante que falte a la política de honradez, fraude y plagio se expone a las siguientes sanciones: recibirá nota de cero en la evaluación y/o repetición del trabajo en el seminario, nota de F(\*) en el seminario: suspensión o expulsión según se establece en el documento de Política de Honestidad Académica (DAEE 205-001) con fecha de efectividad de agosto 2005.

Derechos reservados | Sagrado | Agosto, 2017