

UNIVERSIDAD DEL SAGRADO CORAZÓN
DECANATO ASOCIADO DE POSGRADOS
PROGRAMA GRADUADO EN RELACIONES PÚBLICAS

PRONTUARIO

TÍTULO:	Comunicación en salud para relaciones públicas
CODIFICACIÓN:	RPU 706
PRERREQUISITO:	RPU 603
CRÉDITOS:	Tres (3) créditos, tres (3) horas semanales, una (1) sesión

DESCRIPCIÓN

Principios y prácticas de la comunicación en salud pertinente al profesional de las relaciones públicas en instituciones públicas y privadas. Énfasis en conocimientos y destrezas básicas de comunicación para la promoción de la salud y prevención de enfermedades. Adquisición de competencias y herramientas para la divulgación y educación en temas de salud como parte de esfuerzos de relaciones públicas. Aplicación de la comunicación en salud en las prácticas de las relaciones profesionales dirigidas a asuntos de salud pública y establecimiento de alianzas.

JUSTIFICACIÓN

Las carreras profesionales en el área de la salud se perfilan como las de mayor demanda en las próximas décadas. Esto requiere de un componente comunicacional para establecer relaciones entre las instituciones relacionadas con la salud y el público que requiere servicios de salud, además de educar a la comunidad sobre asuntos de salud pública. El sector de la salud tiene una creciente demanda de empleo lo que representa una oportunidad para el relacionista con conocimiento y destrezas sobre comunicación en salud.

Las tendencias en la prevención y promoción de la salud así como el envejecimiento de la población refuerzan el papel protagónico de la comunicación para educar en temas de salud. Las relaciones públicas tienen la oportunidad de aportar para establecer alianzas que promuevan la salud pública. Así también, son instrumentales en programas y campañas dirigidas a divulgar información, modificar y reforzar conocimientos, actitudes y conductas para mejorar el estado de salud a nivel individual, comunitario y social.

OBJETIVOS

Al finalizar el curso, los estudiantes estarán capacitados para:

1. Conocer el concepto de comunicación en salud y su importancia para promover salud y prevenir enfermedades.
2. Demostrar destrezas en la aplicación de los principios de la comunicación en salud en la práctica de las relaciones públicas.
3. Conocer conceptos básicos de salud pública, asuntos y tendencias que afectan la población en Puerto Rico y otros países.
4. Conocer el rol de la profesión de especialistas en Educación en Salud y cómo establecer alianzas con ellos.
5. Identificar entidades públicas y privadas relacionadas a la salud y sus acercamientos comunicacionales en distintos temas de salud.
6. Discriminar los medios de comunicación como vehículos para prevenir y promover temas de salud.
7. Comprender datos estadísticos básicos de salud pública.
8. Identificar fuentes confiables de información científica.

CONTENIDO

- I. Importancia de la comunicación en salud para promover salud y prevenir enfermedades.
 - A. Definiciones y trasfondo
 - B. Asuntos éticos y legales asociados a la comunicación sobre temas de salud
- II. Aplicación de la comunicación en salud en la práctica de las relaciones públicas.
 - A. Interpretación de datos estadísticos
 - B. Conceptos básicos de salud y nomenclatura
 - C. Asuntos y tendencias
 - D. Comunicación interna y externa en temas de salud
- III. Establecimiento de alianzas para comunicar salud
 - A. Entidades públicas y privadas
 - B. Fuentes confiables
- IV. Salud y los medios de comunicación
 - A. Errores comunes
 - B. Literacia en salud
 - C. Literacia de los medios
 - D. Discriminación de vehículos mediáticos

V. Campañas y programas de comunicación en salud

- A. Análisis de acercamientos comunicacionales de entidades públicas y privadas
- B. Construcción de mensajes para la promoción de la salud
- C. Enfoques de comunicación para fomentar conductas preventivas de salud
- D. Evaluación de la efectividad de la comunicación en salud

ESTRATEGIAS INSTRUCCIONALES

Búsqueda e investigación en fuentes electrónicas como bases de datos, vídeos, periódicos y otros medios sobre temas relacionados con la comunicación en salud. Reseñas y análisis de casos, conferencias, lecturas, artículos, campañas, programas, vídeos y otros. Discusión en grupos, presentaciones e informes. Invitación de recursos profesionales a compartir experiencias a través de charlas, foros y otros encuentros. Visitas a entidades relacionadas con la salud con énfasis en el componente de comunicación en salud y relaciones públicas.

EVALUACIÓN

Asignaciones, informes, análisis de casos	25%
Ejercicios de aplicación de contenidos	20%
Examen parcial	15%
Asistencia y participación	10%
Proyecto final y presentación	<u>30%</u>
Total	100%

BIBLIOGRAFÍA

- Allen, J. (2002). *Health care communication using personality type: patients are different!* [E-book]. Taylor & Francis e-Library edition.
- Anghelcev, G. & Sar, S. (Autumn, 2011). The influence of pre-existing audience mood and message relevance on the effectiveness of health PSAs: Differential effects by message type. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 88(3), 481-501.
- Bernhardt, J. M. (diciembre, 2004). Communication at the core of effective public health. *American Journal of Public Health*, 94(12), 2051–2053. Recuperado de <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC1448586/>
- Bonander, J. (2012). *Reporting U.S. health in newspapers: A theoretically driven content analysis of health news articles* (Tesis de maestría, The University of Alabama). Recuperado de la base de datos de ProQuest Dissertations and Theses. (UMI No. 1021389313)
- Cates, J. R., Ortiz, R., Shafer, A., Romocki, L. S., & Coyne-Beasley, T. (marzo, 2012). Designing messages to motivate parents to get their preteenage sons vaccinated against

- human papillomavirus. *Perspectives on Sexual and Reproductive Health*, 44(1), 39-47.
- Center for Communication Programs. *Resource Center*. Johns Hopkins Bloomberg School of Public Health, The Johns Hopkins University. Recuperado de http://www.jhuccp.org/resource_center/
- Centers for Disease Control and Prevention (octubre, 2011). *Health Communication Science Digest*. U. S. Department of Health. Recuperado de <http://www.cdc.gov/healthcommunication/ScienceDigest/HCSD2-10e.pdf>
- DiClemente, R. J., Crosby, R. A., & Kegler, M. C. (2002). *Emerging theories in health promotion practice and research: Strategies for improving public health* [E-book]. Jossey-Bass.
- DuPré, A. (2004). *Communicating about health communication* [E-book]. McGraw-Hill. Recuperado de http://books.google.com.pr/books?id=2m85AQAIAAJ&source=gbs_similarbooks
- Ebina, R., Kawasaki, F., Taniguchi, I., Togari, T., Yamasaki, Y. & Sparks M. (2010). The effectiveness of health communication strategies in health education in Kushima, Japan. *Global Health Promotion*, 17(1), 5-15.
- González Michel, A. I. (2012). *Getting the message across: Message dissemination through the social media platform as a public relation tool as a media richness perspective* (Tesis de maestría, The University of Texas at El Paso). Recuperado de la base de datos de ProQuest Dissertations and Theses. (UMI No. 1022983868)
- Hernández, V. (2011). *Public relations in health promotion practice: An application of the situational theory of publics for Leukemia and Lymphoma Society's Team in Training Program* (Tesis de maestría, University of Houston). Recuperado de <http://repositories.tdl.org/uh-ir/bitstream/handle/10657/224/HERNANDEZ-.pdf?sequence=2>
- Kong, Y. & Shen, F. (octubre-diciembre, 2011). Impact of Locus of Control on Health Message Effectiveness. *Health Marketing Quarterly*, 28(4), 354-371.
- Lavayen, S. M. (2012). *Preventing Type 2 diabetes among Hispanic Americans: Opportunities for optimizing mobile phone technology* (Tesis de maestría, University of Southern California). Recuperado de la base de datos de ProQuest Dissertations and Theses. (UMI No. 1026572972)
- Len-Ríos, M. E., Hinnant, A. & Park, S. (marzo, 2009). Understanding how health journalists judge public relations sources: A rules theory approach. *Public Relations Review*, 35(1), 58-65.
- Long, K. H. (2006). *Public Relations and Branding in health communication programs: A case study of a successful campaign* (Tesis de maestría, Universidad de Maryland). Recuperado de <http://195.130.87.21:8080/dspace/bitstream/123456789/914/1/Public%20Relations%20And%20Branding%20In%20Health%20Communication%20Programs.pdf>
- Ministry of Health of the Republic of Macedonia (junio, 2007). *Public Relations & communication strategy implementation plan*. Recuperado de <http://www.moh->

hsmp.gov.mk/uploads/media/Public_Relations_and_Communication_strategy_-_Implementation_plan.pdf

- Mosquera, M. (2002). *Comunicación en salud: conceptos, teorías y experiencias*. Recuperado de <http://www.comminit.com/lapensamientoestrategico/lasth/lasld-750.html>
- Northouse, L. L. (1998). *Health communication: Strategies for health professionals* (3a. ed.). New York, NY: Appleton & Lange.
- Paek, H. J., Lee, A. L., Jeong, S. H., Wang, J., & Dutta, M. J. (septiembre-octubre, 2010). The emerging landscape of health communication in Asia: Theoretical contributions, methodological questions, and applied collaborations. *Health Communication, 25*(6/7), 552-559.
- Paek, H. J., Reid, L., Jeong, H. J., Choi, H., & Krugman, D. (enero-marzo, 2012). Five decades of promotion techniques in cigarette advertising: A longitudinal content analysis. *Health Marketing Quarterly, 29*(1), 1-17.
- Quiñones Vallejo, B. (2007). *Los esfuerzos de comunicación en la promoción y educación para la salud en Puerto Rico: la experiencia de tres campañas* (Tesis de maestría inédita). Universidad del Sagrado Corazón, San Juan, Puerto Rico.
- Rausch, P. (2010). Relationship building in health public relations: A case study of an NGO's HIV/AIDS programme in Ethiopia. *PRism Online PR Journal, 7*(2).
- Ríos Hernández, I. (2001). *Influencia de aspectos étnicos y lingüísticos en la aceptación de mensajes de prevención de enfermedades* (Tesis de maestría inédita). Universidad del Sagrado Corazón, San Juan, Puerto Rico.
- Servaes, J. & Malikhao, P. (marzo, 2010). Advocacy strategies for health communication. *Public Relations Review, 36*(1), 42-49.
- Taylor, M. (diciembre, 2007). Health communication (bibliography). *Public Relations Review, 33*(5), 478-480.
- Thompson, T. L. (2003). *Handbook of health communication* [E-book]. Routledge. Recuperado de http://books.google.com.pr/books/about/Handbook_of_Health_Communication.html?id=ygcDB4CcP8IC&redir_esc=y
- Turner, J., Robinson, J.D., Stoeve, K., & Funk, K. (Spring, 2012). Tweeting for dollars: A case study of a campaign to address the need for malaria nets. *Online Journal of International Case Analysis, 3*(1), 25-36. Recuperado de http://ojica.fiu.edu/index.php/ojica_journal/article/view/46
- Waisbord S. & Coe G. (abril-mayo, 2002). Comunicación, periodismo, salud y desafíos para el nuevo milenio. *Razón y Palabra, 26*. Recuperado de <http://www.razonypalabra.orgmx/anteriores/n26/swaisbord.html>
- World Health News. *A news digest from the Center for Health Communication*. Harvard School of Public Health. Recuperado de <http://www.worldhealthnews.harvard.edu/>
- Yu, N., Ahern, L. A., Connolly-Ahern, C., & Shen, F. (noviembre-diciembre, 2010). Communicating the risks of fetal alcohol spectrum disorder: Effects of message framing and exemplification. *Health Communication, 25*(8), 692-699.

OTRAS FUENTES

American Journal of Public Health
Health Communication
Health Marketing Quarterly
Health & Wellness Resource Center
Journal of Health Communication: International Perspectives
Journal of Communication in Healthcare
Journal of Public Health
Journal of Public Relations
Pan American Journal of Public Health (Revista Panamericana de Salud Pública)
Public Relations Journal
Public Relations Quarterly
Public Relations Review
Public Relations Tactics
Social Marketing & Health Communication
The Communication Initiative Network
The Public Relations Strategist
www.prsa.org

BÚSQUEDA EN BASES DE DATOS USC

Las bases de datos electrónicas a las cuales la Biblioteca Madre María Teresa Guevara está suscrita directamente y a través del Consorcio COBIMET, incluyen, documentos, artículos de revistas y periódicos y otros recursos de información relacionados con los temas del curso. Al utilizarlas siga los siguientes pasos:

Para acceder desde cualquier lugar en la Universidad:

- escriba la dirección <http://biblioteca.sagrado.edu/>
- seleccione Biblioteca Virtual y aparecerá la página en donde podrá acceder a las bases de datos, por disciplina o en orden alfabético.

Para acceder fuera de la Universidad:

- escriba la dirección <http://biblioteca.sagrado.edu/>
- seleccione Biblioteca Virtual y aparecerá la página en donde podrá acceder a las bases de datos, por disciplina o en orden alfabético.
- escriba el nombre del usuario y la contraseña (El nombre de usuario y la contraseña, los solicita personalmente en la Biblioteca)

NOTAS ESPECIALES

[Servicios Auxiliares o Necesidades Especiales](#)

Todo estudiante que requiera servicios auxiliares o asistencia especial deberá solicitar los mismos al inicio del curso o tan pronto como adquiera conocimiento de que los necesita, a través del registro correspondiente en Decano Asociado de Asuntos Estudiantiles.

Honradez, fraude y plagio (Reglamento General de Estudiantes, Capítulo V)

La falta de honradez, fraude, plagio y cualquier otro comportamiento inadecuado con relación a la labor académica constituyen infracciones mayores sancionadas por el Reglamento General de Estudiantes. Las infracciones mayores, según dispone el Reglamento General de Estudiantes, pueden tener como consecuencia la suspensión de la Universidad o la expulsión permanente de la Universidad, entre otras sanciones.

Derechos reservados USC

Abril 2013