

## Programa año 2006

### UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOMAS DE ZAMORA FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES LICENCIATURA EN RELACIONES PUBLICAS

#### MATERIA : RELACIONES HUMANAS

#### Equipo De Cátedra

<b>PROFESOR Titular Asociado :</b>	Lic. Daniel Nestor Yasky
<b>PROFESOR Adjunto :</b>	Lic. Adrián Roberto Arroyo
<b>Jefe de Trabajos Prácticos:</b>	Lic. Gabriel Pablo Stortini
<b>Ayudantes de Primera:</b>	Lic. Maria de los Ángeles Sandina Lic. Daniela Capano
<b>Ayudante de Segunda:</b>	Sr. Ivan Allinghi

**DIAS DE CURSADA :** Primer cuatrimestre : Miércoles de 9.00 a 13.00 hs.  
Segundo cuatrimestre : Jueves de 18.00 a 22.00 hs.

**SISTEMA DE EVALUACION :** Regularización a través de dos exámenes parciales y un trabajo práctico de investigación. Aprobación con examen final.

#### **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 multidisciplinario, 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.
- se introduzcan en el funcionamiento de las relaciones públicas en la Argentina del nuevo siglo.

## **OBJETIVOS**

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.

Realizar la primer 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.

## **CONTENIDOS MINIMOS**

Concepto de Relaciones Humanas- Campo temático y origen de las relaciones humanas- El hombre como ser social- El hombre y la comunidad : la convivencia humana- Aportes de la psicología y de la sociología como ciencias de la conducta del sujeto en grupo- La atmósfera social en las instituciones- Trabajo y productividad- La administración de personal- Relaciones con el personal- capacitación y programas de entrenamiento- Psicología de las actitudes- Humanización y motivación en el trabajo- Escuelas de Administración- Selección de personal- Evaluación de desempeño- Imagen e identidad- (Comunicación corporativa) Factores internos que hacen a la imagen- El factor humano en el tercer milenio.

## **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 practica por día.

El proceso global de la propuesta será evaluada a través de dos exámenes parciales y uno final al concluir el cuatrimestre.

## BIBLIOGRAFIA

### Obligatoria

#### **Comportamiento Organizacional**

Stephen P. Robbins – Prentice hall – 1999 8ª Edición

#### **Teoría y estructura de las Relaciones públicas**

Jordi Xifra - Mc Graw Hill - 2003

#### **La Comunicación Interna**

Jesús García Jimenez – Díaz de Santos – 1998

#### **Comportamiento Organizacional**

Idalberto Chiavenato – Ed. Thompson – 2004

#### **Gestión del Talento Humano**

Idalberto Chiavenato – Mc Graw Hill - 2002

#### **Comportamiento Humano en el Trabajo**

Keith Davis – John W. Newstrom - 2002

#### **Administración y Estrategia**

Hermida/Serra – Ediciones Macchi - 1993

#### **Relaciones con los públicos internos**

Mónica Soteras – Ediciones UADE - 2000

#### **Psicología social de las organizaciones**

Leonardo Schvarstein – Paidós - 2002

#### **Liderazgo y Conducción**

Fernando Grosso – Editorial Dunken - 2002

#### **Relaciones públicas eficaces**

Scott Cutlip / Allen Center – gestión 2000 - 2001

#### **Más allá de la Imagen Corporativa**

Daniel Scheinsohn – Ediciones Macchi - 2000

#### **Sociedad sitiada**

Sygmunt Barman – Fondo de Cultura Económica - 2002

### **Aconsejada**

- |                                     |                          |
|-------------------------------------|--------------------------|
| • Política y Desarrollo empresario  | Fernando Grosso          |
| • Relaciones Humanas                | Ángel Castro             |
| • Dirección de Relaciones Públicas  | James Grunig – Todd Hunt |
| • La condición Humana               | Hannah Arendt            |
| • La imagen de Empresa              | Paul Capriotti           |
| • El aspecto humano de las empresas | Mc Gregor                |
| • La vida de Edward Bernays         | Federico Rey lennon      |

**PROGRAMA**  
**RELACIONES HUMANAS**  
Facultad de Ciencias Sociales  
UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOMAS DE ZAMORA

**UNIDAD 1 : INTRODUCCION A LAS RELACIONES HUMANAS**

Definición - El hombre objeto y sujeto de las relaciones humanas - La dignidad humana, principios fundamentales - Derechos naturales - El hombre y la comunidad - El factor humano en la vida de relaciones. La condición humana actual.

**UNIDAD 2 : EL HOMBRE Y LA COMUNIDAD**

El individuo dentro de la comunidad y frente a la sociedad - Cómo la naturaleza del hombre determina la conducta - Cultura - Lenguaje - Comportamiento humano en el ámbito cultural y social - Adaptación al ambiente - Condiciones de éxito - La responsabilidad social de las empresas - Los asuntos públicos - Los medios de Comunicación y el hombre.

**UNIDAD 3 : LAS RELACIONES HUMANAS EN EL TRABAJO**

Humanización del trabajo - Motivación en el trabajo - Escuelas de administración - El taylorismo - El mayismo - Psicología y sociología en el trabajo - Psicotecnia y sociometría Aptitud y actitud para el trabajo - La dinámica de Grupos en el trabajo.

**UNIDAD 4 : LAS RELACIONES PUBLICAS COMO TEORIA, SUS PARADIGMAS.**

La Cuestión terminológica - La cuestión conceptual - El estatuto epistemológico de las relaciones Públicas - La elaboración de modelos de relaciones publicas y su experimentación - Los paradigmas de las relaciones publicas - La teoría general de los sistemas como paradigma - Las relaciones publicas en la diferenciación social - Los paradigmas, la practica de las relaciones públicas - Las diferentes escuelas de Relaciones Públicas.

**UNIDAD 5 : LOS PUBLICOS EN LAS RELACIONES HUMANAS**

Receptores directos e indirectos de las relaciones publicas - Los públicos y sus vínculos con el emisor - los diferentes tipos de públicos - La teoría situacional de los públicos - Los públicos y sus clases - Los públicos especiales - Los poderes públicos como publico: Lobbying - El receptor como diferenciación entre relaciones publicas, marketing y publicidad.

**UNIDAD 6 : LAS INTERACCIONES COMO NÚCLEO DE LA TEORIA**

La teoría de los conflictos - La teoría de los juegos - El modelo de motivación mixta - La teoría de la negociación - Teorías y modelos de comunicación interpersonal - La teoría del intercambio social - El poder como relación - El modelo conceptual de la comunicación de masas - El modelo de la coorientacion - La unificación de la Antropología social, y la comunicación en una sola teoría.

**UNIDAD 7 : CONCEPTO DE LIDER, JEFE, MANDO Y SANCIONES**

Concepto de líder - Concepto de jefe - Cabecillas y caudillos - Tipos de líderes - Ascendencia y prestigio - Personalidad del jefe - Funciones del jefe - Tipología del jefe - Tipología de los líderes - Liderazgo - Concepto de mando - La actuación del jefe - La disciplina - Concepto de sanción - Clasificación de las sanciones - Sanción moral - Elogios - Las amonestaciones y las censuras.

### **UNIDAD 8 : COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL E INDIVIDUAL**

Introducción a los sistemas complejos – Teoría sistémica de la organización – Concepto de comportamiento organizacional – Interdisciplinariedad organizacional – Modelo de comportamiento organizacional - Actitudes de los empleados y sus efectos – Asuntos entre organizaciones e individuos – Comportamiento interpersonal – Poder y política en la organización.

### **UNIDAD 9 : CULTURA CORPORATIVA.**

Marcos interpretativos – Funciones de la cultura – Tipologías culturales – Tipos de intervención cultural – Identidad y atributos corporativos – Proyecto corporativo – Tipologías discursivas – La comunicación externa – La construcción de la imagen corporativa – La imagen intencional.

### **UNIDAD 10: COMUNICACIONES INTERNAS**

Objetivos - Políticas – El programa de comunicaciones internas – Las etapas del programa - La comunicación en el sistema disciplinario - El sistema de quejas - Factores internos que hacen a la imagen - Símbolos identificatorios - Los servicios sociales – la orientación estratégica de las comunicaciones internas – El plan de medios - El conflicto en la organización – La crisis – La negociación.

### **UNIDAD 11: COMPORTAMIENTO GRUPAL**

Grupos formales e informales – Modelos de desarrollo – Interacción del grupo – Las normas – Holgazanería social – Factores clave en el comportamiento del grupo – Fortalezas y debilidades de la toma de decisiones en grupo – la gestión de personas – Conflicto y estrés – Procesos de decisión y motivación.

### **UNIDAD 12: LAS RELACIONES HUMANAS EN LA SOCIEDAD DE CONSUMO**

Consumirse la vida – Consumidores y sociedad de consumo – Necesidad, deseo y anhelo – El principio de realidad y el de placer – El holismo como falacia – Opción por la seguridad – El ser humano como consumidor.