

RELACIONS PÚBLIQUES EN SECTORS ESPECIALITZATS

2020-21

Fitxa de l'assignatura

Curs:3

Identificació

1. Nom de l'assignatura	Relacions Públiques en Sectors Especialitzats		
2. Àrea	CAP	Titulació	Publicitat i Relacions Públiques
3. Tipus	Troncal x	Obligatòria <input type="checkbox"/>	Optativa <input type="checkbox"/>
4. Crèdits (ECTS)	4		

Descripció

Finalitats / propòsits de la formació :

a. Capacitar per a l'estudi metodològic de la realitat de cada sector, així com el contacte directe amb professionals de les relacions públiques que desenvolupem la seva activitat en sectors treballats dins l'assignatura.

1. Mòduls, blocs, temes o apartats:

Tema 1 Naturalesa i classes de campanyes de relacions públiques

Característiques de les campanyes de més èxit.

Planificació i realització de campanyes.

Avaluació de les campanyes.

Noves tendències i implicacions multimèdia en campanyes de relacions públiques.

Globalització i actuació a les campanyes de RR.PP.

Tema 2 Els sistemes d'organització polític administrativa i les relacions públiques

L'administració pública en el seu context europeu, estatal, autonòmic, provincial i local.

L'anàlisi de la comunicació pública.

El perfil polític, social e institucional.

El ciutadà organitzat.

Tema 3 Els partits polítics i els grups de pressió

Les tècniques de lobby i les agències de relacions públiques.

Anàlisi dels usos i costums europeus davant la normativa nord-americana.

La incògnita sobre la futura normativa europea.

Tema 4 El sector de l'alimentació

Processos, característiques i públics específics: les seves organitzacions.
Evolució i tendències.
Estudio de casos pràctics.

Tema 5 El sector petroquímic i energètic

Especificació de les activitats de les relacions públiques en els diferents sistemes de producció energètica.
Els sistemes de comunicació emprats a la comunicació de crisi com a constant específica del sector.
Tendències actuals i restriccions legals.

Tema 6 Les aplicacions de les relacions públiques en el sector de l'alta tecnologia: Les seves campanyes més característiques

Tema 7 El sector sanitari i mèdic

Les campanyes de relacions públiques com subjecte actiu de la política sanitària.
Agències, associacions, fundacions i altres classes de treball voluntari al sector.
La health-communication com a procés específic del sector.

Tema 8 L'ensenyament de la cultura, l'esport i l'oci

Plantejaments, accions i campanyes de relacions públiques en aquests camps.
El fenomen del mecenatge i el patrocini: les seves expectatives a mig i llarg termini.

Tema 9 Les relacions públiques en l'àmbit dels negocis: la seva filosofia i tendències

L'ús de les relacions públiques a les institucions financeres i de préstec.
La normativa legal i les seves implicacions en el cas de les caixes d'estalvi.

Tema 10 Les relacions públiques als sectors d'associacions

Tipificació i classes d'associacions, i la seva anàlisi com a art i part en els processos actius de relacions públiques.
Cas pràctic: Les fundacions i les organitzacions no governamentals.

Tema 11 Sectors propis de les societats post-industrials i de consum massiu

El binomi comunicacions i transports.
El sector tèxtil i les seves especificacions de moda i disseny.

Tema 12 Els programes de relacions públiques sectorials

Aspectes subjectius: els consumidors (consumer publics) i els grups minoritaris (minority publics).
Aspectes objectius: el medi ambient i el fenomen de la green communication.

Tema 13 El sector emergent de les relacions comunitàries (community publics)

Tipologia i investigació de les relacions comunitàries.

Anàlisi i aplicacions de la teoria situacional.
El voluntariat en els programes de relacions públiques comunitàries (community involvement projects).

Tema 14 De les relacions públiques al marketing social

El mix de marketing i relacions públiques (MPR).
Els subjectes promotors com a condicionants del mercat sectorial i la seva aplicació en els àmbits econòmics, polítics, acadèmics, socials i culturals.

2. Bibliografia comentada:

Bibliografia bàsica

Moss, Danny (1995) (Ed.): Las relaciones públicas en la práctica. Libro de experiencias. ESRP-PPU, Barcelona.
Noguero, A.; y Xifra, J. (1990): Los premios Yunque de Plata. PPU, Barcelona.
VV.AA.(1996): El libro práctico de las relaciones públicas. El porqué y el cómo de una profesión apasionante. Asociación de Empresas Consultoras de Relaciones Públicas y Comunicación (ADECEC). Barcelona. Existe otra edición en Folio (1997).
VV. AA. (2002): La comunicación y las relaciones públicas en España. Radiografía de un sector. Promovido por la Asociación de Empresas Consultoras en Relaciones Públicas y Comunicación (ADECEC). Pirámide/ADECEC, Barcelona.
VV.AA. (2003): 40 éxitos en comunicación. Asociación Española de Empresas Consultoras en Relaciones Públicas y Comunicación (ADECEC). Pearson/Prentice Hall, Madrid.

Complementària

Bernays, E.L. (1990): Los años últimos: Radiografía de las relaciones públicas. ESRP-PPU, Barcelona.
Berlin, E.; y Donohew, L. (1990): Communication and Health. Systems and Applications. Lawrence Earlbaum, Hillsdale, N.J.
Harris, T. L. (1991) : The Marketers Guide to Public Relations. How Today's Top Companies Are Using the New PR to Gain a Competitive Edge. Wiley, Nueva York.
IPRA (1995): IPRA Golden World Awards of the International Public Relations Association: (1993-1994): Winning Entries.
Lesly, P. et alter (1981): Nuevo manual de relaciones públicas. Martinez Roca, Barcelona.
Newson, D.; Scott, A.; y Vanslyke, Judy (1992): This Is PR. The Realities of Public Relations. Wadsworth, Belmont, California.
Stefano, R. (1992): Comunicazione pubblica. Modernizzazione dello Stato diritti del cittadino. Il Sole 24 Ore, Milán.

3. Referències per estructurar el treball de l'alumne

La pauta de l'activitat docent es circumscriurà a l'anàlisi de campanyes en sectors especialitzats, assenyalant les seves concordances i discordances, tant en allò que es refereix al mètode com a les seves fonts. Per altra banda, facilitarà, a efectes del treball de curs: a) La selecció d'un àmbit sectorial; i b) La realització d'una acció, programa i/o campanya en el sector seleccionat.
Igualment s'efectuarà una anàlisi de campanyes específiques de Relacions Públiques.

4. Competències a desenvolupar

Competència	Indicador específic de la competència
<i>Comunicació</i>	<p>Treballar en la gestió de la comunicació en qualsevol mitjà.</p> <p>Utilitzar Internet de forma fluïda com a eina de treball</p> <p>Comunicar conceptes i dades complexes de manera senzilla a través d'esquemes, gràfics, etc.</p> <p>Redactar i locutar adequadament.</p>
<i>Científica</i>	<p>Aplicar el mètode científic al descriure, analitzar, diagnosticar, imaginar, organitzar, demostrar i validar les diverses situacions específiques del camp de coneixement corresponent a la publicitat i les RRPP.</p> <p>Plantejar hipòtesis relatives a la comunicació publicitària i RRPP.</p> <p>Analitzar i sintetitzar la informació.</p> <p>Mostrar un pensament estratègic.</p>
<i>Tecnològica</i>	<p>Aplicar els principis i els paradigmes que expliquen el funcionament lògic d'un sistema.</p> <p>Posar a la pràctica els coneixements teòrics.</p>

Avaluació

Bloc/Apartat/tema	Pes	Descripció
Tema 1	<i>5% de la nota final.</i>	Anàlisi de metodologies específiques per a la pràctica de campanyes de relacions públiques.
Temes 2 i 3	<i>20% de la nota final.</i>	Estructura político administrativa. Tècniques de lobby a Europa i Amèrica.
Temes 4 al 10	<i>50% de la nota final.</i>	Estructura, creativitat i argumentació a les campanyes de relacions públiques. Vertebració i anàlisi comparatiu per sectors específics (primari, secundari i terciari) així com a les organitzacions dites del tercer sector. Anàlisi de casos pràctics de la ADECEC, PRSA, i Public Relations News., estructurats per sectors i activitats.
Temes 11 al 14	<i>25% de la nota final.</i>	Anàlisi transcultural de campanyes de relacions públiques. Disseny aplicatiu a campanyes de RR.PP. del Think globally and act locally. El sistema operatiu de les companyies transnacionals a

		les campanyes de relacions públiques.
--	--	---------------------------------------