

Tècniques Especialitzades de Relacions Públiques

2015/2016

Codi: 103153

Crèdits: 6

Titulació	Tipus	Curs	Semestre
2501935 Publicitat i Relacions Públiques	OT	4	0

Professor de contacte

Nom: Jose Salvat Sangra

Correu electrònic: Josep.Salvat@uab.cat

Utilització de llengües

Llengua vehicular majoritària: català (cat)

Prerequisites

No és necessari cap requisit previ.

Objectius

- Conèixer, diferenciar i saber utilitzar amb solvència els diferents tipus de materials escrits de relacions públiques.
- Apropar-se als principis bàsics de normes del protocol a les empreses, organitzacions i institucions.
- Aprendre a organitzar des de una vessant d'estratègia i de producció distints tipus d'esdeveniments de relacions públiques.

Competències

- Analitzar les dades dels mercats (competència, imatge de marca) per a l'elaboració d'un pla de comunicació.
- Demostrar capacitat de lideratge, negociació i treball en equip, així com resolució de problemes.
- Demostrar que coneix les teories del management en la direcció d'empreses publicitàries i organitzacions.
- Establir objectius de comunicació i dissenyar les estratègies més adequades en el diàleg entre marques i consumidors.

Resultats d'aprenentatge

1. Analitzar els principis que fonamenten l'anàlisi de l'efectivitat (relació cost-impacte).
2. Demostrar capacitat de lideratge, negociació i treball en equip, així com resolució de problemes.
3. Descriure la naturalesa de les relacions d'intercanvi entre empreses-anunciants i consumidors.
4. Diferenciar els formats de representació de les activitats de relacions públiques (consultories, esdeveniments especials, fires, gestió de crisi, publicity, etc.).

Continguts

1. Materials escrits de Relacions Públiques.
 1. Notes de premsa
 1. De producte
 2. Corporatives

- 3. De crisi
- 4. ...
- 1. Convocatòries
- 2. Discursos
- 3. Cartes
- 4. Comunicats
- 5. ...
- 2. Protocol i comunicació.
- 3. Planificació, organització i execució d'esdeveniments.
 - 1. Rodes de premsa
 - 2. Presentacions de producte
 - 3. Convencions
 - 4. Reunions de treball
 - 5. ...
- 5. Reputació online.

Metodologia

Les classes seran molt dinàmiques, amb molts casos pràctics, debat participatiu, exercicis i poc contingut teòric. En ocasions portarem la realitat a l'aula. El sistema d'aprenentatge es centrarà en el learning by doing o learning on the job.

Podrà donar-se alguna sessió amb la presència de professionals convidats d'empreses que presentaran casos reals tant de protocol com de relacions públiques a partir dels quals es farà un treball a classe que es podrà complementar a casa abans d'entregar-lo al professor.

Activitats formatives

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Tipus: Dirigides			
Trabajo en grupo	40	1,6	1, 2, 3, 4
Tipus: Autònomes			
Trabajo individual (TI)	40	1,6	1, 2, 3, 4

Avaluació

Combinació de classes teòriques amb la seva aplicació pràctica.

Assistència 20%

Participació 20%

Treball en grups 20%

Treball individual 40%

Treball en equips

Protocol

Localització i recerca individual d'exemples de protocol i relacions públiques (ben i mal executats) en tots els àmbits mediàtics (premsa, radio, TV, cinema, internet...). Llegiràs la realitat amb el xip activat per trobar casos de protocol i relacions públiques.

Caldrà presentar un document a final del semestre en format PowerPoint amb els vídeos o imatges (un cas per diapositiva) i un document a banda en format Word en el que s'expliqui de cada cas el perquè s'ha escollit, així com pros i contres raonats de l'exemple aportat.

L'avaluació tindrà en compte la qualitat i originalitat dels casos exposats així com l'explicació raonada de cada exemple.

Activitats d'avaluació

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Assistència i participació	40%	20	0,8	1, 4
Trabajo en grupo (TG)	20%	10	0,4	1, 2, 3, 4
Trabajo individual (TI)	40%	40	1,6	1, 2, 3, 4

Bibliografia

COMUNICACIÓN TOTAL 5ª Ed. Actualizada y Ampliada

CERVERA FANTONI, A.L.

ESIC 2015

EL PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN Método y recomendaciones prácticas para su elaboración

ALJURE SAAB, A.

UOC 2015

LA BRECHA DE LAS NOTICIAS La divergencia entre las preferencias informativas de los medios y el público

BOCZKOWSKI, P.J. / MITCHELSTEIN, E.

MANANTIAL 2015

LOS MEDIOS DESPUÉS DE INTERNET

ORIHUELA, J.L.

UOC 2015

COMUNICACIÓN Y PROTOCOLO EMPRESARIAL EN LOS PAÍSES DE LA ZONA EURO

ESTEBAN LARIO, J.

DYKINSON

2014

Aronson, M.; Spetner, D.; (1998): The Public RElations Writer's Handbook.

Brown, R. (2009): Public Relations and the Social Web.

Curtichs, J.; Fuentes, M. A.; García, Y; y Toca, A. (2011): Sentido Social. La comunicación y el sentido común en la era de la Internet Social. Profit-Tinkle, Barcelona.

Fuetterer, S. (2010): *Mi comunidad¿Me quiere o no me quiere?* Best Relations, Madrid.

Palencia, M. (2011): *90 Técnicas de Relaciones públicas. Manual de Comunicación Corporativa. Profit, Barcelona. 2ª edición.*

Benito, Pilar (1998): *Manual de protocolo, ceremonial y actos públicos.* Film Ideal 2000, Barcelona.

López-Nieto y Mallo, F.(1995): *Manual de protocolo.* Ariel, Barcelona.