

Teoría y Estructura de las Relaciones Públicas

Código: 103136
Créditos ECTS: 6

Titulación	Tipo	Curso	Semestre
2501935 Publicidad y Relaciones Públicas	OB	2	2

Contacto

Nombre: Norminanda Montoya Vilar

Correo electrónico: Norminanda.Montoya@uab.cat

Uso de idiomas

Lengua vehicular mayoritaria: español (spa)

Algún grupo íntegramente en inglés: No

Algún grupo íntegramente en catalán: No

Algún grupo íntegramente en español: Sí

Otras observaciones sobre los idiomas

Espanyol

Equipo docente

Jose Salvat Sangra

Prerequisitos

Es recomendable la lectura de dos manuales de Relaciones Públicas, por ejemplo el libro de James E. Grunig (consultad la bibliografía) y otro de libre elección.

Objetivos y contextualización

-Conocer la disciplina desde sus fundamentos teóricos, conceptualización y orígenes históricos.

-Conocer la dimensión profesional de la actividad en España y en el mundo.

-Conocer las áreas de especialización de las Relaciones Públicas.

-Conocer las áreas básicas de las Relaciones Públicas

-Conocer los principios y la ética para el ejercicio de la profesión en el ámbito de las organizaciones.

Competencias

- Aplicar los conocimientos de las distintas disciplinas de las Ciencias Sociales al estudio de la cultura como parámetro organizador de los mercados, en el ámbito de la Publicidad como sistema principal de la comunicación persuasiva.
- Demostrar que conoce el impacto social de los medios de comunicación.
- Demostrar que conoce la estructura profesional y económica del sistema empresarial de los medios de comunicación.

- Demostrar que conoce la legislación desarrollada en el ámbito de la comunicación social.
- Diferenciar las principales teorías de la disciplina, sus campos, las elaboraciones conceptuales, los marcos y enfoques teóricos que fundamentan el conocimiento de la disciplina y sus diferentes ámbitos y subáreas, así como su valor para la práctica profesional mediante casos concretos.

Resultados de aprendizaje

1. Describir la estructura del sistema empresarial de los grandes grupos de Publicidad y Relaciones Públicas.
2. Distinguir y explicar las grandes corrientes culturales que fundamentan el análisis de la comunicación persuasiva.
3. Explicar las teorías que caracterizan la Comunicación persuasiva en el ámbito estructural de la producción, distribución y recepción de los mensajes publicitarios y de las acciones de relaciones públicas.
4. Identificar y describir los mecanismos de construcción de eventos en el ámbito de la publicidad y las relaciones públicas.
5. Interpretar la legislación desarrollada en el ámbito de la publicidad y las relaciones públicas.

Contenido

Contenidos

PROGRAMA-TEMARIO:

1. LAS RELACIONES PÚBLICAS: CONCEPTUALIZACIÓN Y DEFINICIÓN.
2. ORIGEN Y EVOLUCIÓN DE LAS RELACIONES PÚBLICAS.
3. LA COMUNICACIÓN Y LAS RELACIONES PÚBLICAS: PUBLICIDAD, PROPAGANDA, PERIODISMO, MARKETING.
4. LOS MODELOS DE LAS RELACIONES PÚBLICAS.
5. LA PROFESIÓN Y SU DESPLIEGUE EN LAS ORGANIZACIONES.
6. ÁREAS DE ESPECIALIZACIÓN DE LAS RELACIONES PÚBLICAS.
7. HERRAMIENTAS BÁSICAS DE LAS RELACIONES PÚBLICAS.
8. ESTUDIO DE CASOS.
9. LOS PRINCIPIOS Y LA ÉTICA DEL PROFESIONAL DE LAS RELACIONES PÚBLICAS.

Metodología

Metodología

-Las profesoras/res realizarán clases magistrales participativas con ejemplos de acciones y políticas de relaciones públicas, y explicación de casos prácticos para desarrollar el programa temario.

-Las alumnas/nos realizarán trabajos académicos a lo largo del curso para identificar el estado de las competencias asumidas y propias de la materia:

-Trabajos en grupos. Análisis de casos (TG).

Estos trabajos en grupos deberán ser aprobados previamente por las profesoras/profesores para evitar repeticiones y serán expuestos y debatidos en clase.

Actividades

Título	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Tipo: Supervisadas			
Trabajo en grupo	25	1	1, 2, 3, 4, 5
Tipo: Autónomas			
Trabajo individual	25	1	1, 2, 3, 4, 5

Evaluación

Evaluación:

El sistema de evaluación continuada está integrado por dos apartados, que se contabilizarán de manera independiente. Las alumnas/nos que falten a clase en un 20 por ciento del total de sesiones de clases teóricas o actividades, se considerarán no presentados.

1) Trabajo en grupo: estudio de casos (TG): (50%) (Presentación y discusión en clase).

2) Evaluación Teórica: (50%) (Prueba escrita).

El trabajo en grupo (actividad) no es recuperable. Solo es recuperable la prueba escrita y las alumnas/nos podrán presentarse a la recuperación con una nota entre 3,5 y 4,9.

Actividades de evaluación

Título	Peso	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Evaluación escrita	50%	50	2	1, 2, 3, 4, 5
Trabajo en grupo (TG)	50%	50	2	1, 2, 3, 4, 5

Bibliografía

-Bibliografía básica:

-Grunig, James y Hunt, T. (2003): Dirección de Relaciones Públicas. Gestión, 2000.com. Barcelona

-Xifra, Jordi (2011): Manual de Relaciones Públicas e Institucionales. Tecnos. Madrid.

- Libros Electrónicos:

Libro de RRPP (Ant_Castillo) pdf.

-Libro Las Relaciones Públicas en la gestión de la comunicación interna. pdf.