

Teoria i Estructura de les Relacions Públiques

Codi: 104776

Crèdits: 12

Titulació	Tipus	Curs	Semestre
2503868 Comunicació de les Organitzacions	OB	1	A

Professor/a de contacte

Nom: Jose Salvat Sangra

Correu electrònic: Josep.Salvat@uab.cat

Utilització d'idiomes a l'assignatura

Llengua vehicular majoritària: català (cat)

Grup íntegre en anglès: No

Grup íntegre en català: Sí

Grup íntegre en espanyol: No

Prerequisits

Es recomana la lectura de dos manuals de Relacions Públiques, per exemple el llibre de James E. Grunig (consulteu la bibliografia) i "El Director" de David Jiménez, 2019.

Objectius

- Conèixer la disciplina des dels seus fonaments teòrics, conceptualització i orígens històrics.
- Conèixer la dimensió professional de l'activitat a Espanya i al mon.
- Conèixer les àrees d'especialització de les Relacions Públiques.
- Conèixer les eines bàsiques de les Relacions Públiques.
- Conèixer els principis i l'ètica per l'exercici de la professió a l'àmbit de les organitzacions.

Competències

- Cercar, seleccionar i jerarquitzar qualsevol tipus de font i de document útil per a la laboració de missatges.
- Demostrar capacitat de lideratge, negociació i treball en equip.
- Determinar la estructura i les funcions del context tecnològic i econòmic de les organitzacions.
- Diferenciar les principals teories relatives a la comunicació de les organitzacions, que fonamenten el coneixement de la disciplina i els seus diferents àmbits.
- Establir objectius de comunicació i dissenyar i aplicar les estratègies més adequades per a la comunicació de les organitzacions i els seus treballadors, clients i usuaris i la societat en general.
- Que els estudiants hagin desenvolupat aquelles habilitats d'aprenentatge necessàries per emprendre estudis posteriors amb un alt grau d'autonomia.
- Que els estudiants puguin transmetre informació, idees, problemes i solucions a un públic tant especialitzat com no especialitzat.
- Treballar d'acord amb la deontologia professional.

Resultats d'aprenentatge

1. Acceptar la discrepància i no menysprear altres persones, col·lectius o institucions per raó ideològica, de raça, gènere, discapacitat, etc.
2. Adaptar-se a noves situacions relacionades amb un entorn professional en contínua transformació.

3. Contrastar i verificar la veracitat de les informacions aplicant criteris de valoració.
4. Demostrar capacitats de lideratge i iniciativa.
5. Explicar les teories que caracteritzen la comunicació persuasiva en l'àmbit de les accions de les relacions públiques.
6. Generar idees creatives en el seu entorn de desenvolupament professional.
7. Preparar les accions comunicatives per als públics interns i externs d'una organització.
8. Reconèixer i distingir la tipologia professional i funcions dels diferents subjectes que intervenen en les organitzacions per poder aplicar les millors tècniques de les relacions públiques a cada cas.
9. Transmetre oralment els missatges de l'organització en les situacions en què calgui.
10. Treballar de manera autònoma i, a partir del coneixement adquirit, resoldre problemes i prendre decisions estratègiques.
11. Trobar el que és substancial i rellevant en documents de l'assignatura.
12. Utilitzar l'aprenentatge de les tècniques de les relacions públiques per explicar i divulgar oralment i per escrit les informacions relatives a les organitzacions als públics específics.

Continguts

PROGRAMA-TEMARI:

1. LES RELACIONS PÚBLIQUES: CONCEPTUALITZACIÓ I DEFINICIÓ.
2. ORIGEN I EVOLUCIÓ DE LES RELACIONS PÚBLIQUES.
3. LA COMUNICACIÓ I LES RELACIONS PÚBLIQUES: PUBLICITAT, PROPAGANDA, PERIODISME, MARKETING.
4. ELS MODELS DE LES RELACIONS PÚBLIQUES.
5. LA PROFESSIÓ I EL SEU DESPLEGAMENT A LES ORGANITZACIONS.
6. ÀREES D'ESPECIALITZACIÓ DE LES RELACIONS PÚBLIQUES.
7. EINES BÀSIQUES DE LES RELACIONS PÚBLIQUES.
8. ESTUDI DE CASOS.
9. ELS PRINCIPIS I L'ÈTICA DEL PROFESSIONAL DE LES RELACIONS PÚBLIQUES.

Metodologia

-El professorat realitzara classes magistrals participatives amb exemples de accions i polítiques de relacions públiques, i explicació de casos pràctics per desenvolupar el programa temari .

L'alumnat realitzaran treballs acadèmics al llarg del curs per identificar l'estat de les competències asumides i pròpies de la matèria:

-Treballs en grups. Anàlisi de casos (TG).

Aquest treballs en grups han de ser aprovats prèviament per el profesorat per evitar repeticions temàtiques i seran exposats i debatuts a classe.

Assistència a l'aula de diversos professionals en actiu de les Relacions Públiques.

Activitats formatives

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Tipus: Dirigides			
Ponències, experts convidats	75	3	1, 2, 3, 5, 10, 11
Treball individual	75	3	4, 6, 7, 8, 9, 12

Avaluació

L'assignatura consta de les activitats d'avaluació següents:

- Activitat A, Treball en grup sobre un cas pràctic. Comunicació Corporativa. 25% sobre la qualificació final.
- Activitat B, Treball en grup sobre un cas pràctic. Comunicació de les start-ups. 25% sobre la qualificació final.
- Activitat C, Prova de síntesi (només 1) al finalitzar el curs. 50% sobre la qualificació final.

Per poder aprovar l'assignatura, caldrà treure una nota mínima de 5 en cadascuna de les activitats A, B y C.

Serà possible assistir a la recuperació de la prova de síntesi, en cas que aquesta estigui suspesa.

Activitats d'avaluació

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Prova de síntesi	50%	2	0,08	2, 4, 8, 10, 11, 12
Treball en grup	25%	73	2,92	1, 3, 5, 6, 7, 9
Treball en grup	25%	75	3	2, 4, 8, 10, 11, 12

Bibliografia

- Arroyo, Magali (2003): Los cien errores de la comunicación de las organizaciones: ideas, casos y consejos para la excelencia en las RRPP. ESIC, Madrid.
- Arceo, José L. (Coor.) (2004): Las Relaciones Públicas en España. McGraw-Hill, Madrid.
- Barquero, J. Daniel (2008): El libro de oro de las Relaciones Públicas y el marketing (recurso 3
- Barquero, J. Daniel (2008): El libro de oro de las Relaciones Públicas y el marketing (recurso electrónico). Barcelona, Deusto.
- Black, Sam (1994): Casos de Relaciones Públicas Internacionales. Ediciones Gestión, 2000.
- Castillo, Antonio (2009): Relaciones Públicas: teoría e historia. UOC, Barcelona. Libro electrónico de Antonio Castillo (Libro de RRPP) (Ant_Castillo)-pdf
- García, María N. (2008): periodismo, publicidad, cine, comunicación audiovisual y Relaciones Públicas: iconos para un lenguaje democrático. Madrid, Fragua.
- Grunig, James y Hunt, T. (2003): Dirección de Relaciones Públicas. Gestión 2000.com. Barcelona.
- L'Etang, Jean (2000): relaciones públicas, conceptos, práctica y crítica. UOC. Barcelona.
- Morató, Jordi (2011): Comunicació i estratègia. L'empresa vista a través de les ulleres de la comunicació. UOC. Barcelona.
- Palencia-Lefler (2011): 90 técnicas de comunicación y relaciones públicas. Profit, Madrid.
- Relaciones Públicas. Revista Anàlisi. Universitat Autònoma de Barcelona. Servei de Publicacions. núm.34, 2006, ISSN 0211-2175.
- Xifra, J. ordi (2011): Manual de Relaciones Públicas e Institucionales. Tecnos. Madrid.
- Xifra, Jordi, Lalueza, Ferrán (2009): casos de relaciones Públicas y comunicación corporativa. Pearson, Madrid.
- Libro electrónico: Las Relaciones Públicas en la gestión de la Comunicación Interna. pdf.
- COMPLEMENTARIA:
- Dewey, John (2004): La opinión pública y sus problemas. Morata, Madrid. Versión española de: The Public and Its Problem (1927).
- Heath, Robert L. (Ed.). (2005): Encyclopedia of Public Relations. Sage, Thousand Oaks, Cal.
- Noguero, Antoni (1999): "Características principales de la actividad tipificada como industria de las relaciones públicas en España: Sujetos promotores y ejecutores", en Tratado de publicidad y relaciones públicas. Arceo, José Luis (Dir.). Instituto de la Comunicación Institucional y Empresarial de la Universidad Complutense de Madrid, Madrid. Pp. 466-508.
-(2000): "Relaciones Públicas: Evaluación de la calidad del servicio (Normas ISO 9000) y grado de satisfacción del cliente", en Revista Universitaria de Publicidad y Relaciones Públicas, de la Universidad Complutense de Madrid. ICIE-Universidad Complutense, Madrid, vol. 7, pp. 55-