

Relacions Públiques en Sectors Específics

Codi: 103156

Crèdits: 6

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

La metodologia docent i l'avaluació proposades a la guia poden experimentar alguna modificació en funció de les restriccions a la presencialitat que imposin les autoritats sanitàries.

Professor/a de contacte

Nom: Patricia Lázaro Pernias

Correu electrònic: Patricia.Lazaro@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

L'alumnat ha d'haver aprovat l'assignatura de Teoria i Estructura de les Relacions Públiques.

(Atenció: la docent és provisional)

Objectius

- Presentar a l'alumnat les relacions públiques des de diferents i disruptives perspectives, així com el valor que aporten al negoci les estratègies de comunicació empresarial.
- Desenvolupar l'esperit crític necessari per conèixer i analitzar en profunditat negocis, productes, serveis i empreses de sectors diversos de manera que sigui possible construir-ne accions de RRPP concretes.
- Comprendre la funció de les relacions públiques com a eina de comunicació efectiva per tot tipus d'organitzacions.

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.

Resultats d'aprenentatge

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

Continguts

1. Introducció a les relacions públiques per sectors específics.
2. Les RRPP en l'entorn de les start-ups i les pimes. Accions efectives amb poc pressupost.
3. Els esdeveniments en entorn multinacional (B2B i gran consum). Cas pràctic.
4. Les relacions públiques al sector del motor. Gung-Ho i Cross cultural Awareness, la perspectiva internacional.
5. Les relacions públiques al tercer sector. La perspectiva de les ONG's. Comparte.org.
6. Les relacions públiques en entorn Tecnològic.
7. Les relacions públiques en el context polític i en un procés electoral. Cas pràctic.
8. Product Placement i Branded Content. Una aproximació a les noves accions de comunicació, visibilitat i notorietat.

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. Hi haurà diverses sessions amb la presència de professionals convidats d'empreses que presentaran casos reals. A partir d'aquests exemples l'alumnat farà un treball a classe que es podrà complementar a casa abans d'entregar-lo al professorat.

Activitats formatives

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Tipus: Dirigides			
Classes teòriques	15	0,6	1, 2, 3
Tipus: Supervisades			
Pràctiques de classe	40	1,6	1
Tipus: Autònomes			
El·laboració projecte de RRPP de l'assignatura	50	2	3

Avaluació

Assistència i participació 10%

Treball en grups 50%

Pràctiques de classe 40%

Treball en grups

Pla de relacions públiques per una empresa (el professor escollirà la marca). El projecte serà defensat per l'alumnat al final del semestre a l'aula en format presentació d'agència. El treball es presentarà en PowerPoint en una exposició de no més de 30 minuts per grup.

Caldrà adjuntar una memòria en Word en la que constarà com s'ha realitzat la proposta, els dubtes que el treball planteja en la seva elaboració i les solucions aportades. Articles

que posin en context l'empresa, estratègia, calendari, accions, objectius, pressupost, etc.

El professorat tindrà en compte la qualitat dels conceptes exposats, la oratòria i seguretat en l'exposició, la originalitat en la posada en escena i, entre d'altres, la identitat visual de la presentació en el seu conjunt.

Aquell alumnat que obtingui una nota de 3,5 punts podrà presentar-se a la reevaluació per mitjà d'un treball de projecte de RRPP. El projecte el definirà el professorat.

Activitats d'avaluació

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Assistència i participació	10%	2	0,08	1, 2, 3
Projecte de RRPP per l'assignatura. Pla de comunicació i RRPP de temàtica de lliure elecció.	50%	30	1,2	1, 2, 3
Treball a classe en casos reals (empreses, etc.)de RRPP en format de "realitat a l'aula".	40%	13	0,52	1, 2, 3

Bibliografia

Bibliografia per ordre d'interès:

COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL PARA PERIODISTAS

Manual práctico de comunicación y relaciones públicas

BURGUEÑO, J.M.

UOC 2014

CONCEPTOS FUNDAMENTALES EN LA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA DE LAS RELACIONES PÚBLICAS

MATILLA, K.

UOC 2009

LAS AUDITORÍAS DE LAS RELACIONES PÚBLICAS

CUENCA FONTBONA, J.

UOC 2012

LES RELATIONS PUBLIQUES

XIFRA, J.

UOC 2006

MANUAL DE RELACIONES PÚBLICAS E INSTITUCIONALES

XIFRA, J.

TECNOS 2012

PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA DE LAS RELACIONES PÚBLICAS

XIFRA, J.

PAIDÓS 2005

CAMBIO SOCIAL Y RELACIONES PÚBLICAS

MATILLA, K.

UOC 2014

REDACCIÓN EN RELACIONES PÚBLICAS

FERNÁNDEZ CAVIA, J. / HUERTAS ROIG, A

PRENTICE-HALL 2009

RELACIONES PÚBLICAS Estrategias y Tácticas. 10 Ed.

WILCOX, D.L./ CAMERON, G./ XIFRA, J.

ADDISON WESLEY LONGMAN 2012

RELACIONES PÚBLICAS Conceptos, práctica y crítica

L'ÉTANG, J.

UOC 2009

RELACIONES PÚBLICAS 2.0 Cómo gestionar la comunicación en el entorno digital

ACED, C.

UOC 2013

RELACIONES PUBLICAS Y GABINETES DE COMUNICACIÓN

ULLOD, A.

TIRANT LO BLANCH 2014

TÈCNIQUES DE LES RELACIONS PÚBLIQUES

XIFRA, J.

UOC 2007

<http://rrppycomunicacion.blogspot.com.es/search/label/manuel%20castells>

<http://carolinarondon.com/que-son-las-rrpp-2-0/>

<http://blog.comunicas.es/2012/11/periodista-2-0-y-bloggers/>

<http://blog.comunicas.es/2011/08/la-trinidad-panes-creativos-un-negocio-familiar/>

<http://esic.edu/actualidad/files/2013/11/ELPERIODICO191113.pdf>

<http://www.dircomnews.com/me-encanta-el-olor-de-los-mails-borrados-por-la-manana/>

<http://winred.com/marketing/que-debo-exigirle-a-mi-agencia-de-prensa/gmx-niv115-con14963.htm>

<http://www.topcomunicacion.com/noticia/2148/motivos-por-los-que-los-periodistas-no-abrimos-vuestras-notas-de>

<http://www.topcomunicacion.com/noticia/4312/los-secretos-claves-de-la-organizacion-de-eventos>

<http://www.topcomunicacion.com/noticia/5403/todo-sobre-la-comunicacion-en-el-sector-de-la-moda-eventos-rede>

<http://www.dircomnews.com/los-10-pasos-que-tu-negocio-deberia-dar-para-salir-en-los-medios/>

<http://www.dircomnews.com/en-comunicacion-el-cliente-siempre-tiene-la-razon/>

<http://www.dircomnews.com/soy-coach-de-comunicacion/>