

Teoría y Estructura de las Relaciones Públicas

Código: 104776

Créditos ECTS: 12

Titulación	Tipo	Curso	Semestre
2503868 Comunicación de las Organizaciones	OB	1	A

La metodología docente y la evaluación propuestas en la guía pueden experimentar alguna modificación en función de las restricciones a la presencialidad que impongan las autoridades sanitarias.

Contacto

Nombre: Jose Salvat Sangra

Correo electrónico: Josep.Salvat@uab.cat

Uso de idiomas

Lengua vehicular mayoritaria: catalán (cat)

Algún grupo íntegramente en inglés: No

Algún grupo íntegramente en catalán: Sí

Algún grupo íntegramente en español: No

Equipo docente

Lorena Martínez García

Prerequisitos

Se recomienda la lectura de dos manuales de Relaciones Públicas, por ejemplo el libro de James E. Grunig (consultar la bibliografía) y "El Director" de David Jiménez, 2019.

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 herramientas básicas de las Relaciones Públicas.

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

Competencias

- Buscar, seleccionar y jerarquizar cualquier tipo de fuente y de documento útil para la elaboración de mensajes.
- Demostrar capacidad de liderazgo, negociación y trabajo en equipo.
- Determinar la estructura y las funciones del contexto tecnológico y económico de las organizaciones.
- Diferenciar las principales teorías relativas a la comunicación de las organizaciones, que fundamentan el conocimiento de la disciplina y sus diferentes ámbitos.

- Establecer objetivos de comunicación y diseñar y aplicar las estrategias más adecuadas para la comunicación de las organizaciones y sus trabajadores, clientes y usuarios y la sociedad en general.
- Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.
- Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.
- Trabajar de acuerdo con la deontología profesional.

Resultados de aprendizaje

1. Aceptar la discrepancia y no menospreciar a otras personas, colectivos o instituciones por razón ideológica, de raza, género, discapacidad, etc.
2. Adaptarse a nuevas situaciones relacionadas con un entorno profesional en continua transformación.
3. Contrastar y verificar la veracidad de las informaciones aplicando criterios de valoración.
4. Demostrar capacidades de liderazgo e iniciativa.
5. Encontrar lo sustancial y relevante en documentos de la asignatura.
6. Explicar las teorías que caracterizan la comunicación persuasiva en el ámbito de las acciones de las relaciones públicas.
7. Generar ideas creativas en su entorno de desarrollo profesional.
8. Preparar las acciones comunicativas para los públicos internos y externos de una organización.
9. Reconocer y distinguir la tipología profesional y funciones de los distintos sujetos que intervienen en las organizaciones para poder aplicar las mejores técnicas de las relaciones públicas a cada caso.
10. Trabajar de forma autónoma y, a partir del conocimiento adquirido, resolver problemas y tomar decisiones estratégicas.
11. Transmitir oralmente los mensajes de la organización en las situaciones que lo requiera.
12. Utilizar el aprendizaje de las técnicas de las relaciones públicas para explicar y divulgar oralmente y por escrito las informaciones relativas a las organizaciones a los públicos específicos.

Contenido

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 PERIODISMO, MARKETING.
4. LOS MODELOS DE LAS RELACIONES PÚBLICAS.
5. LA PROFESIÓN Y SU DESARROLLO 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.

El calendario detallado con el contenido de las diferentes sesiones se expondrá el día de presentación de la asignatura. Se colgará también en el Campus Virtual donde el alumnado podrá encontrar la descripción detallada de los ejercicios y prácticas, los diversos materiales docentes y cualquier información necesaria para el adecuado seguimiento de la asignatura. En caso de cambio de modalidad docente por razones sanitarias, el profesorado informará de los cambios que se producirán en la programación de la asignatura y en las metodologías docentes.

Metodología

El profesorado realizará clases magistrales participativas con ejemplos de acciones y políticas de relaciones públicas, y explicación de casos prácticos para desarrollar el programa temario.

El alumnado realizarán trabajos académicos a lo largo del curso para desarrollar las competencias asumidas y propias de la materia:

Trabajos en grupos. Análisis de casos (TG).

Este trabajos en grupos deben ser aprobados previamente por el profesor para evitar repeticiones temáticas y serán expuestos y debatidos en clase.

Asistencia en el aula de varios profesionales en activo de las Relaciones

Actividades

Título	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Tipo: Dirigidas			
Ponencias de expertos	75	3	1, 2, 3, 6, 10, 5
Trabajo individual	75	3	4, 7, 8, 9, 11, 12
Tipo: Supervisadas			
Notas de prensa - Artículos de opinión	25	1	6, 8, 9, 10, 12
Tipo: Autónomas			
Plan de Comunicación - Comunicación de Crisis	25	1	2, 3, 7, 5

Evaluación

La asignatura consta de las actividades de evaluación:

- Actividad A. Trabajo en grupo sobre un caso práctico. Comunicación C
 - Actividad B, Trabajo en grupo sobre un caso práctico. Comunicación de
 - Actividad C, Prueba de síntesis (sólo 1) al finalizar el curso. 50% sobre Tres actividades en total. Trabajo en grupo 1, trabajo en grupo 2 y examen
- Para poder aprobar la asignatura, habrá sacar una nota mínima de 5 en

El alumnado tendrá derecho a la recuperación de la asignatura si ha sido evaluado del conjunto de las actividades, el peso de las cuales sea de un mínimo de 2/3 partes de la calificación total de la asignatura.

En caso de segunda matrícula, el alumnado podrá realizar una única prueba de síntesis que consistirá en un examen sobre la teoría del curso. La calificación de la asignatura corresponderá a la calificación de la prueba de síntesis.

La metodología docente y la evaluación propuestas pueden experimentar alguna modificación en función de las

El estudiante que realice cualquier irregularidad (copia, plagio, suplantación de identidad ...) se calificará con 0 este acto de evaluación. En caso de que se produzcan varias irregularidades, la calificación final de la asignatura será 0.

Actividades de evaluación

Título	Peso	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Prueba de síntesis	50%	2	0,08	2, 4, 9, 10, 5, 12
Trabajo en grupo, plan de RRPP	25%	49	1,96	2, 4, 9, 10, 5, 12
Trabajo en grupo, plan de RRPP	25%	49	1,96	1, 3, 6, 7, 8, 11

Bibliografía

- 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 critica. 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 opinion pública y susproblemas. 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 Luís (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-