

Teoria i Estructura de les Relacions Públiques

Codi: 103136

Crèdits: 6

Titulació	Tipus	Curs	Semestre
2501935 Publicitat i Relacions Públiques	OB	2	2

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: espanyol (spa)

Grup íntegre en anglès: No

Grup íntegre en català: No

Grup íntegre en espanyol: Sí

Prerequisits

No és necessari cap requisit previ.

La docent que figura com a responsable de l'assignatura és provisional.

Objectius

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

Competències

- Aplicar els coneixements de les diferents disciplines de les ciències socials a l'estudi de la cultura com a paràmetre organitzador dels mercats, en l'àmbit de la publicitat com a sistema principal de la comunicació persuasiva.
- Demostrar que coneix l'estructura professional i econòmica del sistema empresarial dels mitjans de comunicació.
- Demostrar que coneix l'impacte social dels mitjans de comunicació.
- Demostrar que coneix la legislació desenvolupada en l'àmbit de la comunicació social.
- Diferenciar les principals teories de la disciplina, els seus camps, les elaboracions conceptuals, els marcs i els enfocaments teòrics que fonamenten el coneixement de la disciplina i els seus diferents àmbits i subàrees, així com el seu valor per a la pràctica professional mitjançant casos concrets.

Resultats d'aprenentatge

1. Descriure l'estructura del sistema empresarial dels grans grups de publicitat i relacions públiques.
2. Distingir i explicar els grans corrents culturals que fonamenten l'anàlisi de la comunicació persuasiva.
3. Explicar les teories que caracteritzen la comunicació persuasiva en l'àmbit estructural de la producció, la distribució i la recepció dels missatges publicitaris i de les accions de relacions públiques.
4. Identificar i descriure els mecanismes de construcció d'esdeveniments en l'àmbit de la publicitat i les relacions públiques.
5. Interpretar la legislació desenvolupada en l'àmbit de la publicitat i les relacions públiques.

Continguts

TEMA 1. Conceptualització i evolució de les Relacions Públiques.

TEMA 2. Valors intangibles a gestionar.

TEMA 3. Àrees d'especialització i eines bàsiques de RRPP.

TEMA 4. El professional de les RRPP: principis i ètica.

*El contingut de l'assignatura serà sensible als aspectes relacionats amb la perspectiva de gènere. S'inclourà la perspectiva de gènere en l'anàlisi de la figura del o de la professional de les RRPP.

Metodologia

Exposició detallada dels continguts teòrics del temari, especialment de tots els conceptes que s'imparteixen en aquesta matèria. D'aquesta manera l'alumnat disposarà d'una base teòrica que li permetrà realitzar, a posteriori, les activitats d'aprenentatge planificades. Respecte a les sessions pràctiques, la classe es dividirà en subgrups per poder fer un treball més personalitzat amb els tutors de seminari o pràctiques. En aquestes sessions de pràctiques, es realitzaran exercicis en grup, plantejats a classe, directament relacionats amb els temes concrets segons es vagin impartint. En aquests exercicis s'implementarà el mètode de l'estudi de cas, la resolució de problemes de comunicació i/o la lectura, anàlisi i posada en comú dels articles especialitzats que la professora consideri d'interès per a la matèria tractada. Com a colofó a l'assignatura l'alumnat realitzarà una pràctica final basada en l'estudi d'una experiència real de gestió de les relacions públiques en una empresa/institució. Aquest treball final es farà també en grup (amb el mateix grup format a les sessions pràctiques). D'aquesta manera l'alumnat contrastarà en la praxis el coneixement teòric explicat a classe.

L'alumnat disposarà al campus virtual de links de contingut complementari per a cada bloc temàtic. Aquests materials hauran de ser llegits i revisats amb antelació tant per fer les pràctiques com preparar-se la prova teòrica final.

Nota: es reservaran 15 minuts d'una classe, dins del calendari establert pel centre/titulació, per a la complementació per part de l'alumnat de les enquestes d'avaluació de l'actuació del professorat i d'avaluació de l'assignatura/mòdul.

Activitats formatives

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Tipus: Dirigides			
Autònomes	83,5	3,34	1, 2, 3, 4, 5
Dirigides	52,5	2,1	1, 2, 3, 4, 5
Supervisades	7,5	0,3	1, 2, 3, 4, 5

Avaluació

El sistema d'avaluació de l'assignatura està basat en els següents percentatges:

A) 40% Control de coneixement: prova teòrica final. El test haurà d'estar aprovat (5 o més) per superar l'assignatura (condició indispensable).

B) 30% Realització i presentació dels exercicis pràctics.

C) 30% Realització de la pràctica final: estudi sobre la gestió i estructura de les RRPP d'una organització a partir de fonts primàries (entrevista a un/a responsable de RRPP).

$A(40\%) + B(30\%) + C(30\%) = 100\%$ NOTA FINAL DE L'ASSIGNATURA

El calendari detallat amb el contingut de les diferents sessions s'exposarà el dia de presentació de l'assignatura. Es penjarà també al Campus Virtual on l'alumnat podrà trobar els diversos materials docents i qualsevol informació necessària per a l'adequat seguiment de l'assignatura. En cas de canvi de modalitat docent per raons sanitàries, el professorat informarà dels canvis que es produiran en la programació de l'assignatura i en les metodologies docents.

Reavaluació

a) Segons normativa per poder participar al procés de recuperació, l'alumnat ha d'haver estat prèviament avaluat almenys 2/3 del total d'activitats avaluable de l'assignatura i haver obtingut almenys un 3,5 de nota mitjana ponderada de l'assignatura.

b) Només es pot recuperar la teoria si l'alumne/a ha obtingut a la prova teòrica una nota entre 3,5 i 4,9. La prova de recuperació consistirà en una prova escrita d'avaluació de coneixements teòrics.

c) L'alumnat que hagi tret una D a una de les pràctiques ja sigui perquè ha suspès o perquè no l'hagi presentat (sempre que sigui per raons acreditades o acceptables per l'equip docent) tindrà opció a presentar-se a la seva recuperació durant el període establert *ad hoc*. La recuperació de cada pràctica consistirà en la resolució d'un cas o problema de comunicació a l'aula (dia i hora a determinar).

d) El treball final de l'assignatura (30%) és un treball avaluable que no es podrà recuperar en cas de suspendre'l. La raó és perquè fer un treball d'aquesta característiques resulta pràcticament impossible amb el temps del que disposem.

IMPORTANT

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

Activitats d'avaluació

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Presentació treball final	30%	2,25	0,09	1, 2, 3, 4, 5
Prova escrita	40%	2	0,08	1, 2, 3, 4, 5
Pràctiques	30%	2,25	0,09	1, 2, 3, 4, 5

Bibliografia

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 electrónico). Barcelona, Deusto.

Barrio, E. (2019). Responsabilidad Social Corporativa. De la noción a la gestión. Barcelona: UOC.

Castillo, Antonio (2009): Relaciones Públicas: teoría e historia. UOC, Barcelona. Libro electrónico de Antonio Castillo (Libro de RRPP)(Ant_Castillo)-pdf.

Costa, Joan (2012) "El Dircom hoy. Dirección y Gestión de la comunicación en la nueva economía". Editado por CPC (Barcelona).

Enrique, Ana y Morales, Francisca (coord.) (2015) "Somos Estrategas". Gedisa (Barcelona).

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

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

Programari

En aquesta assignatura no es fa servir cap programari específic.