

Titulación	Tipo	Curso
2501935 Publicidad y Relaciones Públicas	OB	2

## Contacto

Nombre: Luis Fernando Morales Morante

Correo electrónico: fernando.morales@uab.cat

## Idiomas de los grupos

Puede consultar esta información al [final](#) del documento.

## Prerrequisitos

No es necesario ningún requisito previo.

La docente que figura como responsable de la asignatura es provisional.

## Objetivos y contextualización

- Conocer la disciplina desde sus fundamentos teóricos, conceptualización y orígenes históricos.
- 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.
- Conocer el perfil del profesional de las RRPP.

## Resultados de aprendizaje

1. CM13 (Competencia) Integrar los códigos deontológicos, así como los principios éticos de autorregulación en la actividad publicitaria y de las relaciones públicas.
2. CM14 (Competencia) Combinar de manera óptima los distintos perfiles profesionales que intervienen en la planificación de campañas publicitarias y acciones de relaciones públicas.
3. KM13 (Conocimiento) Definir las teorías que caracterizan la comunicación persuasiva en el ámbito estructural de la producción, la distribución y la recepción de los mensajes publicitarios y de las acciones de relaciones públicas.
4. KM15 (Conocimiento) Reconocer los perfiles profesionales y sus atribuciones en la actividad publicitaria y de las relaciones públicas.
5. SM12 (Habilidad) Analizar campañas publicitarias y acciones de relaciones públicas a partir de las teorías y conceptos propios de la disciplina.

## Contenido

TEMA 1. Contexto organizacional: gestión de los valores intangibles (identidad, cultura, reputación y RSC).

TEMA 2. Conceptualización y evolución de las Relaciones Públicas (definición, objetivos, características, finalidades, públicos, modelos y recorrido histórico).

TEMA 3. Áreas de especialización y herramientas básicas de RRPP (revisión panorámica de las diversas áreas de especialización poniendo énfasis en las relaciones con los medios, la comunicación interna, las relaciones institucionales, eventos, protocolo y comunicación de crisis; comunicados, conferencia de prensa, clipping y dossier de prensa).

TEMA 4. El profesional de las RRPP (definición, posición dentro del organigrama, responsabilidades, capacidades, habilidades y roles).

\*El contenido de la asignatura será sensible a aspectos relacionados con la perspectiva de género. Se incluirá la perspectiva de género en el análisis de la figura del o de la profesional de las RRPP.

## Actividades formativas y Metodología

Título	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Tipo: Dirigidas			
Autónomas	83,5	3,34	CM13, CM14, KM13, KM15, SM12, CM13
Dirigidas	52,5	2,1	CM13, CM14, KM13, KM15, SM12, CM13
Supervisadas	7,5	0,3	CM13, CM14, KM13, KM15, SM12, CM13

Exposición detallada de los contenidos teóricos del temario, especialmente de todos los conceptos que se imparten en esta materia. De esta manera el alumnado dispondrá de una base teórica que le permitirá realizar, a posteriori, las actividades de aprendizaje planificadas. Respecto a las sesiones prácticas, la clase se dividirá en subgrupos para poder hacer un trabajo más personalizado con los tutores de seminario o prácticas. En estas sesiones de prácticas, se realizarán ejercicios en grupo, planteados en clase, directamente relacionados con los temas concretos según se vayan impartiendo. En estos ejercicios se implementará el método del estudio de caso, la resolución de problemas de comunicación y / o la lectura, análisis y puesta en común de los artículos especializados que la profesora considere de interés para la materia tratada. Como colofón a la asignatura el alumnado realizará una práctica final basada en el estudio de una experiencia real de gestión de las relaciones públicas en una empresa / institución. Este trabajo final se hará también en grupo (con el mismo grupo formado a las sesiones prácticas). De esta manera el alumnado contrastará en la praxis el conocimiento teórico explicado en clase.

El alumnado dispondrá en el campus virtual de links de contenido complementario para cada bloque temático. Estos materiales deberán ser leídos y revisados con antelación tanto para hacer las prácticas como para preparar la prueba teórica final.

Nota: se reservarán 15 minutos de una clase dentro del calendario establecido por el centro o por la titulación para que el alumnado rellene las encuestas de evaluación de la actuación del profesorado y de evaluación de la asignatura o módulo.

## Evaluación

## Actividades de evaluación continuada

Título	Peso	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Presentación trabajo final	30%	2,25	0,09	CM14, KM13, KM15
Prueba escrita	40%	2	0,08	CM13, CM14, KM13, KM15, SM12
Prácticas	30%	2,25	0,09	CM14, KM13, KM15

### Evaluación continuada

El sistema de evaluación continuada de la asignatura está basado en los siguientes porcentajes:

A) 40% Control de conocimiento: Prueba teórica final. La prueba teórica deberá estar aprobada (5 o más) para superar la asignatura (condición indispensable).

B) 30% Realización y presentación de los ejercicios prácticos. Las prácticas se harán en el aula y deberán estar firmadas por todos los miembros del equipo.

C) 30% Realización de la práctica final: estudio sobre la gestión y estructura de las relaciones públicas de una organización a partir de fuentes primarias (entrevista a un/a responsable de RRPP).

$A(40\%) + B(30\%) + C(30\%) = 100\%$  NOTA FINAL DE LA ASIGNATURA

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 los diversos materiales docentes y cualquier información necesaria para el adecuado seguimiento de la asignatura.

### Evaluación única

El sistema de evaluación única de la asignatura está basado en los siguientes porcentajes:

A) 30% Control de conocimiento: prueba teórica final. La prueba teórica deberá estar aprobada (5 o más) para superar la asignatura (condición indispensable).

B) 20% Prueba de resolución de 4 estudios de caso y/o retos comunicativos.

C) 20% Entrega de un trabajo de investigación documental. Recopilar 4 artículos científicos por tema. Hacer una reflexión y relacionar conceptos por cada tema. Máximo 3 páginas por tema (total 12 páginas + recopilación de artículos o links). Además, debe incluirse una introducción justificando la elección de los artículos y unas conclusiones.

D) 30% Realización de la práctica final: estudio sobre la gestión y estructura de las RRPP de una organización a partir de fuentes primarias (entrevista a un/a responsable de RRPP).

$A(30\%) + B(20\%) + C(20\%) + D(30\%) = 100\%$  NOTA FINAL DE LA ASIGNATURA

### Recuperación evaluación continuada

a) Según normativa para poder participar en el proceso de recuperación el alumnado debe haber sido previamente evaluado al menos 2/3 del total de actividades evaluables de la asignatura.

b) Sólo se puede recuperar la teoría si el o la alumno/a se ha presentado a la prueba teórica fijada en la evaluación y se ha obtenido una nota inferior a 4,9. La prueba de recuperación consistirá en una prueba escrita de evaluación de conocimientos teóricos.

c) El alumnado que haya sacado una D en una de las prácticas yasea porque ha suspendido o porque no la haya presentado (siempre que sea por razones acreditadas o aceptables por el equipo docente) tendrá opción a presentarse a su recuperación durante el periodo establecido ad hoc. La recuperación de cada práctica consistirá en la resolución de un caso o problema de comunicación en el aula(día u hora a determinar).

d) El trabajo final de la asignatura (30%) es un trabajo evaluable que no se podrá recuperar en caso de suspenderlo. La razón es porque resulta prácticamente imposible la realización de otro trabajo de estas características con el tiempo del que disponemos en el periodo de recuperación.

#### Recuperación evaluación única

a) Según normativa para poder participar en el proceso de recuperación, el alumnado debe haber sido previamente evaluado al menos 2/3 del total de actividades evaluables de la asignatura.

b) Sólo se puede recuperar la teoría si el alumno/a se ha presentado a la prueba teórica fijada en la evaluación y se ha obtenido una nota inferior a 4,9. La prueba de recuperación consistirá en una prueba escrita de evaluación de conocimientos teóricos.

c) La nota alcanzada en la resolución de casos o retos comunicativos formará parte de la media ponderada de la nota final. Sólo en caso de suspender esta prueba y si el alumno así lo considera podrá optar a recuperarla con una prueba de igual índole.

d) Tanto el trabajo de investigación documental como el trabajo final no son recuperables y la nota obtenida en cada trabajo (ya esté superado o no) formará parte de la media ponderada de la nota final.

#### IMPORTANTE

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

#### PLAGIO

En el caso que el estudiante realice cualquier irregularidad que pueda conducir a una variación significativa de un acto de evaluación, se calificará con 0 este acto de evaluación, con independencia del proceso disciplinario que pudiera instruirse. En caso de que se produzcan varias irregularidades, en los actos de evaluación de una misma asignatura, la calificación final de esta asignatura será 0.

### **Bibliografía**

Arceo, José L. (Coord.) (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.

Palencia-Lefler (2011): 90 técnicas de comunicación y relaciones públicas. Profit, Madrid.

Romero, Luis y Fernández, Carmen (2021): Introducción a las relaciones públicas. Mc Graw Hill. Madrid.

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

## Software

En esta asignatura no se utiliza programario específico.

## Lista de idiomas

Nombre	Grupo	Idioma	Semestre	Turno
(SEM) Seminarios	51	Español	segundo cuatrimestre	tarde
(SEM) Seminarios	52	Español	segundo cuatrimestre	tarde
(TE) Teoría	5	Español	segundo cuatrimestre	tarde