

Titulació	Tipus	Curs
2501935 Publicitat i Relacions Públiques	OT	4

Professor/a de contacte

Nom: Jose Salvat Sangra

Correu electrònic: josep.salvat@uab.cat

Idiomes dels grups

Podeu consultar aquesta informació al [final](#) del document.

Prerequisits

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

Objectius

- Presentar a l'alumnat les Relacions Públiques en Sectors Específics de forma que coneguin distintes formes de gestió, tàctiques i estratègies.
- Desenvolupar l'esperit crític necessari per a conèixer i analitzar en profunditat la gestió global de la comunicació en diferents entorns.
- Comprendre la funció de les Relacions Públiques com a eina de comunicació cabdal per a tota mena d'organitzacions.
- Ser capaç de desenvolupar plans i tàctiques de comunicació amb pocs recursos o amb unes certes limitacions organitzatives de manera creativa i eficaç.

Resultats d'aprenentatge

1. CM26 (Competència) Planificar esdeveniments en els formats adequats per reforçar els valors intangibles de les organitzacions.
2. KM30 (Coneixement) Reconèixer els valors intangibles de les organitzacions i els seus públics com a eixos estratègics en el disseny i la planificació d'accions de relacions públiques.
3. SM24 (Habilitat) Determinar els objectius de comunicació per al disseny de les accions de relacions públiques més adequades atenent a les necessitats d'organitzacions i de públic.
4. SM26 (Habilitat) Analitzar el target per determinar els insights idonis en el disseny de l'estratègia de les accions de relacions públiques.

Continguts

1. Introducció a les Relacions Públiques per Sectors Específics.
2. Les RRPP en l'entorn de la petita i la mitjana empresa.

1. Accions efectives amb poc pressupost.
4. Els esdeveniments en entorn multinacional (B2B i gran consum). Cas pràctic.
5. Les relacions públiques al sector del motor. Gung-Ho i Cross cultural Awareness.
 1. La perspectiva internacional.
7. L'entorn comunicatiu a les empreses de tecnologia. Clústers de Bellesa i de l'Automoció de Catalunya.
8. Estratègia en el context polític i en un procés electoral. Cas pràctic.
9. Product Placement i Branded Content.
 1. Aproximació a les noves accions de comunicació, visibilitat i notorietat.

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 la descripció detallada dels exercicis i pràctiques, els diversos materials docents i qualsevol informació necessària per a l'adequat seguiment de l'assignatura.

Activitats formatives i Metodologia

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Tipus: Dirigides			
Classes teòriques	15	0,6	CM26
Pràctiques i seminaris	37,5	1,5	SM26
Tipus: Supervisades			
Tutories	7,5	0,3	SM24
Tipus: Autònomes			
Lectura de textos, realització del projecte, estudi individual	82,5	3,3	KM30, SM24

Després d'un enquadrament teòric bàsic de l'especificitat dels Relacions Públiques en els diferents sectors, els alumnes podran conèixer i comprendre els models de gestió de la comunicació.

Després s'aplicaran a situacions de casos reals.

Les classes seran molt dinàmiques amb mètodes participatius i activadors d'aprenentatge.

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.

Avaluació

Activitats d'avaluació continuada

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Assistència i participació	20%	1	0,04	SM24

Projecte de RRPP per l'assignatura.	40%	1,5	0,06	CM26, KM30
Treball a classe en casos reals (empreses, etc.) de RRPP en format de "realitat a l'aula".	40%	5	0,2	SM26

Activitats de l'avaluació continuada

- Activitat A, Assistència i participació a classe. 20% sobre la qualificació final
- Activitat B, Treball en grup. Estratègies de RRPP per a una empresa. 40% sobre la qualificació final
- Activitat C, Pràctiques a l'aula. 40% sobre la qualificació final.

Per poder aprovar l'assignatura, caldrà treure una nota mínima de 5 en totes les activitats.

Treball en grups. 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 (canvas, prezi...) en una exposició de no més de 20 minuts per grup.

Caldrà adjuntar una memòria (PDF) en la que constarà com s'ha realitzat la proposta, els dubtes que el treball hagi plantejat en la seva elaboració i les solucions aportades.

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

Recuperació de l'avaluació continuada

L'alumnat tindrà dret a la recuperació de l'assignatura si ha estat avaluat del conjunt d'activitats el pes de les quals equivalgui a un mínim de 2/3 parts de la qualificació total de l'assignatura.

Per poder-se presentar a la recuperació de l'assignatura, s'haurà hagut d'obtenir una nota mitjana no inferior al 3,5.

Queda exclosa de la recuperació l'activitat A, assistència i participació a classe.

Avaluació única

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

A) 40% Prova teòrica. Haurà d'estar aprovada (5 o més) per superar l'assignatura (condició indispensable). Versarà sobre el llibre de Chamorro Miró, Juan Manuel (2023). Modelos de diagnóstico de la cultura corporativa: Una guía práctica para directivos. Autoeditado en Amazon.

B) 30% Prova de resolució de 4 casos d'estudi o reptes comunicatius.

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

$A (40\%) + B (30\%) + C (30\%) = 100\%$ nota final de l'assignatura.

Recuperació de l'avaluació única

L'alumnat tindrà dret a la recuperació de l'assignatura en avaluació única (AU) si ha estat avaluat del conjunt d'activitats proposades. El pes de les qualificacions equivaldrà a un mínim de 2/3 parts de la qualificació total de l'assignatura.

Per poder-se presentar a la recuperació en AU, s'haurà hagut d'obtenir la nota mitjana de 3,5. Per recuperar l'assignatura l'alumnat podrà repetir les proves B i C.

Plagi

En cas que l'estudiant faci qualsevol irregularitat que pugui conduir a una variació significativa d'un acte d'avaluació, es qualificarà aquest acte d'avaluació, amb independència del procés disciplinari que es pugui instruir. En cas que es produeixin diverses irregularitats, en els actes d'avaluació d'una mateixa assignatura, la qualificació final d'aquesta assignatura serà 0.

Bibliografia

- Canel, Maria José & Piqueiras, Paloma y Ortega, Gabriela (2017). La comunicación de la Administración Pública. Conceptos y casos prácticos de los bienes intangibles. Madrid: Instituto Nacional de Administración Pública.
- Canel, Maria Jose, Luoma-aho, Vilma. & Oliveira, Evandro. (2017). Exploring citizens' judgments about the legitimacy of public policies on refugees: In search of clues for governments' communication and public diplomacy strategies. *Journal of Communication Management*, 21 (4), 355-369.
- Chamorro Miró, Juan Manuel (2023). Modelos de diagnóstico de la cultura corporativa: Una guía práctica para directivos. Autoeditado y disponible en Amazon.
- García Galera, Maria del Carmen; Fernández Muñoz, Cristobal y Del Hoyo, Mercedes (2017) Ciudadanía informada, ciudadanía participativa. La movilización de los jóvenes en el entorno digital. *Prisma Social*, 124-143
- Gonçalves, Gisela & Oliveira, Evandro (2022-In print) *The Routledge Handbook of Non-profit Communication*. Routledge
- Luoma-aho, Vilma. & Canel, Maria José (Eds.), (2020). *Handbook of Public Sector Communication*. Wiley-Blackwell.
- Oliveira, Evandro, Simões, Mariana (2022-forthcoming) A legitimidade através da comunicação no sector público: o caso da câmara municipal da Covilhã em tempos de covid. *Revista Internacional de Relaciones Públicas*.
- Oliveira, Evandro (2019) *The Instigatory Theory of NGO Communication*. Springer
- Oliveira, Evandro (2017) *Comunicação e legitimação no Terceiro Sector*. In C. Cerqueira, S. Lamy (Eds.) *Voices Plurais. A comunicação das organizações da sociedade civil* (pp 65-82). Documenta, Sopcom.
- Oliveira, Evandro & Gonçalves, Gisela. (2016). Talk to me and I will talk for you: Relationships between Citizens and Politics on the example of Portuguese Members of Parliament online communication. In Dahlgreen, P., Gonçalves, G., & Serra, J. P. (Eds). *Politics and Web 2.0*. (pp. 89-121) Vernon Press.
- Oliveira, Evandro, Melo, Ana, & Gonçalves, Gisela. (2016) *Strategic Communication for Non-Profit Organisations* [Hardback] Challenges and Alternative Approaches. Vernon Press.
- Oliveira, Evandro (2015). A Comunicação em Organizações sem fins lucrativos. In Carvalho, Susana, Portugal, Maria. & Caetano, Joaquim. (Hrsg.), *Relações Públicas e Comunicação Organizacional*. Volume V: *Colecção Desafios da Globalização* (S. 327-376) Lisboa: Escolar Editora
- Oliveira, Evandro (2011). *Comunicação estratégica integrada para a participação cívica, activismo e campanhas para mudanças em organizações sem fins lucrativos : Greenpeace, Amnistia e Ser+ em Portugal*. Universidade do Minho. Open Access <http://hdl.handle.net/1822/13951>

Programari

No cal cap tipus de programari.

Llista d'idiomes

Nom	Grup	Idioma	Semestre	Torn
(PLAB) Pràctiques de laboratori	51	Anglès	segon quadrimestre	tarda
(TE) Teoria	5	Anglès	segon quadrimestre	tarda