

Titulación	Tipo	Curso
Publicidad y Relaciones Públicas	OP	4

Contacto

Nombre: Jordi Ubeda Pla

Correo electrónico: jordi.ubeda@uab.cat

Idiomas de los grupos

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

Prerrequisitos

No será necesario ningún requisito previo.

Objetivos y contextualización

- Conocer y ser capaz de utilizar herramientas, tácticas y acciones de relaciones públicas.
- Aprender a escribir con fluidez todo tipo de textos que se utilizan como materiales estratégicos de relaciones públicas.
- Aprender a organizar (táctica y estrategia) varios tipos de eventos.

Resultados de aprendizaje

1. CM26 (Competencia) Planificar eventos en los formatos adecuados para reforzar los valores intangibles de las organizaciones.
2. CM28 (Competencia) Idear el protocolo de las organizaciones para garantizar una comunicación inclusiva. .
3. KM29 (Conocimiento) Distinguir el alcance de las etapas de análisis, diagnóstico, estrategia y acción que intervienen en el diseño y planificación de las acciones de relaciones públicas.
4. KM31 (Conocimiento) Reconocer el valor de la identidad corporativa, la responsabilidad social y la reputación de las organizaciones para la gestión solvente de sus comunicaciones interna y externa.
5. SM25 (Habilidad) Interpretar las necesidades de los distintos sectores de actividad empresarial para adaptar las estrategias de relaciones públicas a los objetivos de comunicación.
6. SM26 (Habilidad) Analizar el target para determinar los insights idóneos en el diseño de la estrategia de las acciones de relaciones públicas.

Contenido

1. Textos utilizados en Relaciones Públicas.
2. Comunicación interna.
3. Organización de eventos.

4. Marketing de influencers y Branded Content.

Actividades formativas y Metodología

Título	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Tipo: Dirigidas			
Clases prácticas	37,5	1,5	
Clases teóricas	15	0,6	
Tipo: Supervisadas			
Tutorías	7,5	0,3	
Tipo: Autónomas			
Lecturas, preparación de casos y libreta de aprendizaje	82,5	3,3	

Curso muy práctico. Con poca teoría en el aula, la imprescindible, y muchos casos reales de empresas que veremos en clase.

Los estudiantes tendrán que trabajar en grupos e individualmente para lograr un aprendizaje óptimo.

Planificación de la asignatura y campus virtual

El calendario detallado con el contenido de las diferentes sesiones se expondrá el día de presentación de la asignatura y estará disponible en el Campus Virtual de la asignatura, donde el alumnado podrá encontrar los diversos materiales docentes y toda la información necesaria para el adecuado seguimiento de la asignatura. En caso de cambio de modalidad docente por motivos de fuerza mayor según las autoridades competentes, el profesorado informará de los cambios que se producirán en la programación de la asignatura y en las metodologías docentes.

Nota: El contenido de la asignatura será sensible a los aspectos relacionados con la perspectiva de género y con el uso del lenguaje inclusivo.

Nota: Se reservarán 15 minutos de clase, dentro del calendario establecido por el centro/titulación, para que el alumnado complete las encuestas de evaluación del desempeño del profesorado y de evaluación de la asignatura/módulo.

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
Asistencia y participación	20%	2	0,08	CM26, CM28, KM29, KM31, SM25, SM26

Casos prácticos en clase	40%	2,5	0,1	CM26, CM28, KM29, KM31, SM25, SM26
Trabajo Final	40%	3	0,12	CM26, CM28, KM29, KM31, SM25, SM26

EEsta asignatura recomienda seguir una evaluación continua, pero también prevé la opción de una evaluación única

La evaluación Continua consiste en:

- A) Los ejercicios prácticos que se realizarán en clase serán en grupo e individuales (40%).
- B) Proyecto Final para desarrollar un plan de comunicación para una empresa real (40%).
- C) Asistencia y participación (20%).

REEVALUACIÓN

Los estudiantes que no hayan alcanzado un 3 en el Trabajo Final podrán reevaluar. Si la prueba de reevaluación no llegara a 3, no sería posible promediar con el resto de las notas de la asignatura y se consideraría suspendida.

El alumnado tendrá derecho a la recuperación de la asignatura si ha sido evaluado del conjunto de actividades (casos prácticos en clase y trabajo final) , el peso de las cuales sea de un mínimo de 2/3 partes de la calificación total de la asignatura. Las actividades recuperables son los casos prácticos realizados en clase y el trabajo final.

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.

EVALUACIÓN ÚNICA

Esta asignatura contempla la posibilidad de la evaluación única que estará basado en los siguientes porcentajes:

- A) 40% Prueba teórica. Deberá estar aprobada (5 o más) para superar la asignatura
- B) 30% Ejercicio práctico de un caso de estudio
- C) 30% Trabajo final: Plan de comunicación relacional de una organización

Notas:

- La evaluación única tendrá una única fecha de evaluación. En esta fecha el alumno

deberá realizar como mínimo una prueba presencialmente obligatoria y en esa misma fecha realizar la entrega de las demás actividades.

- Importante: Para poder optar a la evaluación única, será necesaria la asistencia presencial a las sesiones prácticas de la asignatura.

Recuperación evaluación única

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

b) Sólo se puede recuperar la prueba de teoría si el alumno/a 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 obtenida en el ejercicio práctico de un caso de estudio 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 la misma índole.

d) El trabajo final de la asignatura (30%) es un trabajo evaluable que no se podrá recuperar en caso de suspenderlo.

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

No Evaluable

Cuando se considere que el estudiante no ha podido aportar suficientes evidencias de evaluación, no realizar las prácticas y no realizar acto de presencia a un 50% de las clases se calificará como no evaluable

Inteligencia Artificial (IA)

Para esta asignatura, se permite el uso de tecnologías de Inteligencia Artificial (IA) exclusivamente en: tareas de Soporte, como la búsqueda bibliográfica o de información, la corrección de textos o las traducciones. El alumnado deberá de identificar claramente las partes que han sido generadas con esta tecnología, especificar las herramientas utilizadas e incluir una reflexión crítica sobre cómo estas han influido en el proceso y el resultado final de la actividad. La no transparencia del uso de la IA en esta actividad evaluable se considerará falta de honestidad académica y puede comportar una penalización parcial o total en la nota de la actividad, o sanciones mayores en caso de gravedad.

Bibliografía

Durante el curso se ofrecerán múltiples artículos online de blogs y prescriptores sobre cada tema tratado en clase

Brown, Rob. (2009): Public Relations and the Social Web.

Curtichs, Javier; Fuentes, Mauro Antonio; Garcia, Yolanda; Toca, Antonio (2011): Sentido Social. La comunicación y el sentido común en la era de la Internet Social. Profit-Tinkle, Barcelona.

Fuetterer, Stephan. (2010): Mi comunidad¿Me quiere o no me quiere? Best Relations, Madrid.

López-Nieto y Mallo, Francisco.(1995): Manual de protocolo. Ariel, Barcelona.

Palencia, Manuel. (2011): 90 Técnicas de Relaciones públicas. Manual de Comunicación Corporativa. Profit, Barcelona. 2ª edición.

Aced, Cristina (2013) Relaciones Públicas 2.0: Cómo gestionar la comunicación corporativa en el entorno digital. Editorial UOC

Muñoz, Maria Soledad (2016): Protocolo y relaciones públicas Editorial Paraninfo

Vieira, Edward T. Jr and Li, Yulong (2024), Public Relations Planning: A Practical Guide for Strategic Communication, Routledge

Gragory, Anne and Willis, Paul (2022), Strategic Public Relations Leadership. Routledge

Software

No se necesita software específico.

Grupos e idiomas de la asignatura

La información proporcionada es provisional hasta el 30 de noviembre de 2025. A partir de esta fecha, podrá consultar el idioma de cada grupo a través de este [enlace](#). Para acceder a la información, será necesario introducir el CÓDIGO de la asignatura

Nombre	Grupo	Idioma	Semestre	Turno
(PLAB) Prácticas de laboratorio	51	Catalán	segundo cuatrimestre	tarde
(TE) Teoría	5	Catalán	segundo cuatrimestre	tarde