

DATOS GENERALES DE LA ASIGNATURA

ASIGNATURA:	Fundamentos de Relaciones Públicas		
PLAN DE ESTUDIOS:	Grado en Administración y Dirección de Empresas		
FACULTAD:	Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades		
CARÁCTER DE LA ASIGNATURA:	Optativa		
ECTS:	6		
CURSO:	Tercero		
SEMESTRE:	Primero		
IDIOMA EN QUE SE IMPARTE:	Español		
PROFESORADO:	Luis Eduardo Prado González		
DIRECCIÓN DE CORREO ELECTRÓNICO:	luis.prado@uneatlantico.es		

DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

REQUISITOS PREVIOS:
No aplica
CONTENIDOS:
<ul style="list-style-type: none"> • Tema 1. Orígenes, desarrollo y consolidación de las Relaciones Públicas <ul style="list-style-type: none"> 1.1 Definición de relaciones públicas 1.2 Historia de las Relaciones públicas 1.3 Etapas de consolidación de las Relaciones Públicas. Etapas. 1.4 Objetivos y funciones de las relaciones públicas 1.5 Las rpp en el mundo 1.6 Relaciones Públicas frente a otras disciplinas afines 1.7 Los Públicos 1.8 La opinión pública

1.9 La ética como matriz de la comunicación institucional y de las relaciones públicas

- Tema 2. El papel de las relaciones públicas en el seno de las organizaciones
 - 2.1 Errores y barreras más comunes en comunicación.
 - 2.2 Comunicación Formal e Informal.
 - 2.3 La ubicación de las relaciones públicas en el seno de las organizaciones
 - 2.4 Gestión de la comunicación interna y externa
 - 2.5 Nociones generales sobre gestión estratégica de comunicación
 - 2.6 Perfil y ubicación en la estructura de dirección de la empresa
 - 2.7 La misión de las organizaciones

- Tema 3. Herramientas de relaciones públicas
 - 3.1 Una mirada al interior de los medios de comunicación
 - 3.2 Instrumentos para comunicarse con los medios
 - 3.3 Relaciones públicas en entornos digitales y redes sociales
 - 3.4 Procesos y técnicas de la investigación
 - 3.5 Fases clásicas: Metodología de Lesley y Marston.
 - 3.6 Tendencias actuales de las Relaciones Públicas

- Tema 4. Estrategia y diseño de una campaña de relaciones públicas
 - 4.1 Definición de estrategias de una campaña
 - 4.2 Investigación
 - 4.3 Objetivos de una campaña de relaciones públicas
 - 4.4 Estrategia de la campaña de relaciones públicas
 - 4.5 Plan o programa de relaciones públicas
 - 4.6 Seguimiento de la campaña de rpp
 - 4.7 Evaluación de la campaña de rpp
 - 4.8 Acciones a seguir en situaciones de crisis y conflictos
 - 4.9 Cómo realizar un manual de crisis

- Tema 5. El discurso como herramienta de imagen y comunicación
 - 5.1 El arte de la oratoria
 - 5.2 Estilos de oratoria
 - 5.3 Fines de la oratoria
 - 5.4 Grandes oradores de la historia
 - 5.5 La retórica
 - 5.6 El discurso oficial
 - 5.7 Redacción y lectura de un discurso
 - 5.8 Preparando el discurso
 - 5.9 Hablar y leer en público

- Tema 6. Protocolo y etiqueta
 - 6.1 Concepto y aplicaciones del protocolo
 - 6.2 Las reglas básicas del protocolo

COMPETENCIAS

COMPETENCIAS GENERALES:

Que los estudiantes sean capaces de:

- CG1. Analizar y sintetizar información sobre temas relacionados con la administración y dirección de empresas.
- CG2. Organizar y planificar adecuadamente en el ámbito de la administración y dirección de empresas.
- CG3. Comunicarse adecuadamente de manera oral y escrita en lengua nativa en diferentes escenarios y situaciones de empresa.
- CG5. Analizar y buscar información sobre administración y dirección de empresas proveniente de fuentes diversas.
- CG6. Resolver problemas relacionados con el ámbito de la administración y dirección de empresas.
- CG8. Trabajar en equipo y colaborar eficazmente con otras personas en la resolución de tareas en el ámbito de la administración y dirección de empresas.
- CG9. Trabajar en un contexto internacional e interdisciplinar relacionado con el campo de la administración y dirección de empresas.
- CG10. Habilidad en las relaciones interpersonales dentro del ámbito de la administración y dirección de empresas.
- CG11. Ejercer la crítica y la autocrítica con fundamentos sólidos, teniendo en cuenta la diversidad y complejidad de las personas y de los procesos en el terreno empresarial.
- CG12. Asumir la responsabilidad y el compromiso ético en el ámbito de las actividades relativas al ejercicio de la profesión empresarial.
- CG13. Aprender de forma autónoma conceptos relacionados con la administración y dirección de empresas.
- CG15. Resolver problemas de forma creativa e innovadora en el ámbito de la administración y dirección de empresas.
- CG18. Mostrar preocupación y sensibilización hacia temas medioambientales y sociales como parte intrínseca de la administración y dirección de empresas.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

Que los estudiantes sean capaces de:

- CEOPO3. Adquirir conocimientos teóricos y prácticos sobre las relaciones públicas y sus procesos.

- CEOP04. Desarrollar habilidades para emprender estrategias y gestión de procesos de comunicación corporativa en empresas e instituciones.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE:

En esta asignatura se espera que los alumnos alcancen los siguientes resultados de aprendizaje:

- Conocer el diseño de estrategias y políticas de comunicación en las instituciones, empresas públicas y privadas.
- Distinguir los procesos y demandas los departamentos de comunicación y medios de empresas e instituciones.
- Aplicar conocimientos sobre protocolo y organización de eventos en una empresa, organización e institución.

METODOLOGÍAS DOCENTES Y ACTIVIDADES FORMATIVAS

METODOLOGÍAS DOCENTES:

En esta asignatura se ponen en práctica diferentes metodologías docentes con el objetivo de que los alumnos puedan obtener los resultados de aprendizaje definidos anteriormente:

- MD1- Método expositivo
- MD2- Estudio y análisis de casos
- MD6- Aprendizaje cooperativo / Trabajo en grupos
- MD7- Trabajo autónomo

ACTIVIDADES FORMATIVAS:

A partir de las metodologías docentes especificadas anteriormente, en esta asignatura, el alumno participará en las siguientes actividades formativas:

El primer día de clase, el profesor/a proporcionará información más detallada al respecto.

Actividades formativas	
Actividades dirigidas	Clases expositivas
	Clases prácticas
	Seminarios y talleres
Actividades supervisadas	Supervisión de actividades
	Tutorías (individual / en grupo)
Actividades autónomas	Preparación de clases
	Estudio personal y lecturas
	Elaboración de trabajos
	Trabajo individual en campus virtual

Actividades de evaluación		Ponderación
Evaluación continua	10 Ejercicios propuestos por el profesor	20 %
	Prueba teórico/práctica parcial	25 %
	Interés y participación del alumno en la asignatura	5 %
Evaluación final	Prueba teórico/práctica final	50 %

SISTEMA DE EVALUACIÓN

CONVOCATORIA ORDINARIA:

En la convocatoria ordinaria de esta asignatura se aplican los siguientes instrumentos de evaluación:

La calificación del instrumento de la evaluación final (tanto de la convocatoria ordinaria como en la extraordinaria, según corresponda) no podrá ser inferior, en ningún caso, a 4,0 puntos (escala 0 a 10) para aprobar la asignatura y consecuentemente poder realizar el cálculo de porcentajes en la calificación final.

CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA:

La convocatoria extraordinaria tendrá lugar durante el mes de julio (consúltese el calendario académico fijado por la universidad). Esta consistirá en la realización de una prueba teórico/práctica con un valor del 50% de la nota final de la asignatura. El resto de la nota se complementará con la calificación obtenida en la evaluación continua de la convocatoria ordinaria.

BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS DE REFERENCIA GENERALES

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:

Las siguientes referencias son de consulta obligatoria:

- UNEATLANTICO (2014). *Fundamentos de Relaciones Públicas*. Material didáctico propio de la institución.
- Barquero, J.D y Barquero, M. (2008). *Dirección estratégica de las Relaciones Públicas*. En J.D Barquero y M. Barquero (Eds). El libro de oro de las relaciones públicas (pp. 21- 46). Ediciones Deusto.
- Barquero, J.D y Barquero, M. (2008). *Las organizaciones en crisis*. En J.D Barquero y M. Barquero (Eds). El libro de oro de las relaciones públicas (pp.193-223). Ediciones Deusto.
- Barquero, J.D y Barquero, M. (2008). *Las relaciones públicas y la importancia de influir a los públicos*. En J.D Barquero y M. Barquero (Eds). El libro de oro de las relaciones públicas (pp. 249-271). Ediciones Deusto.
- Caldevilla, D. (2013): *Las relaciones con los medios de comunicación, su importancia y efectos*. En D. Caldevilla (Ed). Manual de Relaciones Públicas (pp.133-151). Visión Libros.
- Caldevilla, D. (2013): *El departamento de RRPP en la empresa actual*. En D. Caldevilla (Ed). Manual de Relaciones Públicas (pp. 169-197). Visión Libros.
- Ramón-Cortés, F. (2012). *La isla de los cinco faros*. Planeta.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA:

Las siguientes referencias no se consideran de consulta obligatoria, pero su lectura es muy recomendable para aquellos estudiantes que quieran profundizar en los temas que se abordan en la asignatura.

- Mattilla, K. (2016). *Casos de estudio de relaciones públicas*. UOC Editorial
- Álvarez, T. (2001). *Vendedores de imagen*. Editorial Paidós
- Bonime-Blanc, A. (2016). *Integridad y reputación*. D+i

WEBS DE REFERENCIA:

www.relacionespublicas.com



www.rrpp.net

www.equiposingular.es

www.topcomunicacion.com

www.revistarelacionespublicas.uma.es

www.estudiodecomunicacion.com

OTRAS FUENTES DE CONSULTA:

Películas:

Los idus de marzo. George Clonney (2011).

Relaciones confidenciales. David Algrant (2003)

Hancock. Peter Berg. (2008).