GUÍA DOCENTE 2024-2025

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:
• Tema 1. Orígenes, desarrollo y consolidación de las Relaciones Públicas 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 rrpp 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 rrpp
  4.7 Evaluación de la campaña de rrpp
  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: • CEOP03. 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 Paidos - 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).