

## GUÍA DOCENTE 2023-2024

### DATOS GENERALES DE LA ASIGNATURA

<b>ASIGNATURA:</b>	Fundamentos de las Relaciones Públicas
<b>PLAN DE ESTUDIOS:</b>	Grado en Lenguas Aplicadas
<b>FACULTAD:</b>	Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades
<b>CARÁCTER DE LA ASIGNATURA:</b>	Optativa
<b>ECTS:</b>	6
<b>CURSO:</b>	Cuarto
<b>SEMESTRE:</b>	Primero
<b>IDIOMA EN QUE SE IMPARTE:</b>	Castellano
<b>PROFESORADO:</b>	Luis Eduardo Prado González
<b>DIRECCIÓN DE CORREO ELECTRÓNICO:</b>	luis.prado@uneatlantico.es

### DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

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

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. El discurso como herramienta de imagen y comunicación

4.1 El arte de la oratoria

4.2 Estilos de oratoria

4.3 Fines de la oratoria

4.4 Grandes oradores de la historia

4.5 La retórica

4.6 El discurso oficial

4.7 Redacción y lectura de un discurso

4.8 Preparando el discurso

4.9 Hablar y leer en público

Tema 5. Nociones de protocolo

5.1 El origen del protocolo como modelo comunicacional

5.2 Tipos de actos

5.3 Esquema básico de un acto

5.4 Los tratamientos

5.5 Las precedencias oficiales

5.6 Distribución de mesas y cabeceras

5.7 El uso de la cortesía en el transcurso de los actos

## COMPETENCIAS

### COMPETENCIAS GENERALES:

Que los estudiantes sean capaces de:

CG1. Entender el papel de las relaciones públicas como instrumento de influencia y difusión en el ámbito de las organizaciones.

CG2. Conocer la manera en que las relaciones públicas se insertan en el contexto organizacional.

CG3. Manejar con soltura las principales herramientas de comunicación empresarial, así como la manera de relacionarse con los medios de comunicación.

CG4. Poner en marcha una campaña de comunicación de acuerdo con las necesidades de la organización.

CG5. Adquirir capacidad para reaccionar en situaciones de crisis.

CG6. Organizar eventos y asumir la importancia del protocolo como herramienta de comunicación social.

CG7. Trabajar en equipo y colaborar eficazmente con otras personas en la resolución de tareas en el ámbito de la comunicación organizacional.

CG8. Habilidad en las relaciones interpersonales dentro del ámbito de los departamentos de comunicación de las organizaciones.

CG9. Obtener un fondo teórico suficiente para desarrollar capacidad autocrítica en el campo profesional de la comunicación empresarial e institucional.

CG10. Forjar cierto carisma para las intervenciones ante el público o ante los medios de comunicación, poniendo énfasis en la expresión oral y gestual.

CG11. Redactar discursos tanto para lectura propia como para lectura por parte de otros directivos.

CG12. Aprender conceptos relacionados con la comunicación empresarial e institucional.

CG13. Tomar decisiones comprometidas, especialmente en situaciones de crisis.

CG14. Comprometerse con el rigor a la hora de emprender acciones de comunicación y relaciones públicas.

### 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:

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

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

## SISTEMA DE EVALUACIÓN

### CONVOCATORIA ORDINARIA:

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

	Actividades de evaluación	Ponderación
Evaluación continua	12 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 %

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](http://www.relacionespublicas.com)

[www.rrpp.net](http://www.rrpp.net)

[www.equiposingular.es](http://www.equiposingular.es)

[www.estudiodecomunicacion.com](http://www.estudiodecomunicacion.com)

[www.revistarelacionespublicas.uma.es](http://www.revistarelacionespublicas.uma.es)

[www.topcomunicacion.com](http://www.topcomunicacion.com)

#### **OTRAS FUENTES DE CONSULTA:**

##### Películas:

*Los idus de marzo*. George Clonney (2011).

*Relaciones confidenciales*. David Algrant (2003)

*Hancock*. Peter Berg. (2008).