



## GUÍA DOCENTE 2025-2026

### DATOS GENERALES DE LA ASIGNATURA

<b>ASIGNATURA:</b>	Fundamentos de Relaciones Públicas
<b>PLAN DE ESTUDIOS:</b>	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas
<b>FACULTAD:</b>	Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades
<b>CARÁCTER DE LA ASIGNATURA:</b>	Básica
<b>ECTS:</b>	6
<b>CURSO:</b>	Segundo
<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>	<a href="mailto:luis.prado@uneatlantico.es">luis.prado@uneatlantico.es</a>

### DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

<b>REQUISITOS PREVIOS:</b>
No aplica.
<b>CONTENIDOS:</b>
Tema 1. Orígenes, desarrollo y consolidación de las Relaciones Públicas <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></ul>

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. 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 Capacidad para reconocer, analizar e interpretar diversos procesos de comunicación.

CG3 Capacidad para crear y comunicar mensajes a públicos diversos.

#### COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

Que los estudiantes sean capaces de:

CE10. Adquirir conocimientos teóricos y prácticos sobre las relaciones públicas, sus procesos y estructuras.

#### RESULTADOS DE APRENDIZAJE:

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

- Definir la práctica de relaciones públicas y sus principios.
- Conocer las funciones y aplicaciones de relaciones públicas en diferentes sectores.
- Conocer sobre 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.
- Capacidad para aplicar conocimientos sobre protocolo, etiqueta y ceremonial para diferentes medios sociales y sectores.
- Aplicar herramientas útiles para la práctica eficiente de relaciones públicas.

### 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:

- Método expositivo
- Estudio y análisis de casos
- Aprendizaje cooperativo / Trabajo en grupos
- Trabajo autónomo

#### **ACTIVIDADES FORMATIVAS:**

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

<b>Actividades formativas</b>		<b>Horas</b>
<b>Actividades dirigidas</b>	Clases expositivas	12
	Clases prácticas	15
	Seminarios y talleres	10,5
<b>Actividades supervisadas</b>	Supervisión de actividades	15
<b>Actividades autónomas</b>	Preparación de clases	22,5
	Estudio personal y lecturas	30
	Elaboración de trabajos	30
	Trabajo en campus virtual	7,5
<b>Actividades de evaluación</b>	Actividades de evaluación	7,5

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
<b>Evaluación continua</b>	12 Ejercicios propuestos por el profesor	20%
	Prueba teórico/práctica parcial	25 %
	Interés y participación del alumno en la asignatura	5 %
<b>Evaluación final</b>	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.

Di Génova, A. E. (2025). Definición conceptual y operativa de las Relaciones Públicas. En *Manual de relaciones públicas e institucionales: estrategias y tácticas relacionales y de comunicación*. Ugerman editor.

Estanyol, E., Lalueza, F., & Compte-Pujol, M. (2025). Comunicar la responsabilidad social corporativa en la era de la desinformación: una aproximación a las agencias de relaciones públicas en España. *Palabra Clave*, 28(s1), doi: 10.5294/pacla.2025.28.s1.14

Ramón-Cortés, F. (2012). *La isla de los cinco faros*. Planeta.  
The Museum of Public Relations. ( 2024, 17 de mayo). *Edward L Bernays Ivory Soap*. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=zNIK3p9yBYQ>

The Museum of Public Relations. (2016, 13 de junio). *Edward L Bernays Beechnut Packing Co*. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=OI-pO-o-yql>

#### **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)

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

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

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



Peículas:

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

*Relaciones confidenciales*. David Algrant (2003)

*Hancock*. Peter Berg. (2008).