

GUÍA DOCENTE CURSO ACADÉMICO 2019/2020

DATOS GENERALES DE LA ASIGNATURA

ASIGNATURA:	Fundamentos de las 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:	Castellano
PROFESORADO:	Alejandro Sanz Lariz
DIRECCIÓN DE CORREO ELECTRÓNICO:	alejandro.sanz@uneatlantico.es

DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

REQUISITOS PREVIOS:
No aplica
CONTENIDOS:
<p>Tema 1: Orígenes, desarrollo y consolidación de las Relaciones Públicas</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.1 Definición de relaciones públicas 1.2 Historia de las Relaciones públicas 1.3 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 y otras disciplinas afines

1.7 Públicos

1.8 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. Herramientas de comunicación en relaciones públicas. Comunicación Formal e Informal.

2.2 Beneficios que aporta a la empresa la contratación de una agencia de relaciones públicas o la creación por la propia empresa de un departamento interno de comunicación y relaciones públicas

2.3 Gestión de la comunicación interna y externa

2.4 Nociones generales sobre gestión estratégica de comunicación organizacional desde la labor del responsable de comunicación

2.5 Funciones del responsable de comunicación como gestor de la comunicación interna. Perfil y ubicación en la estructura de dirección de la empresa

2.6 Políticas de comunicación en las instituciones, empresas públicas y privadas

Tema 3. Relaciones Públicas y Medios de Comunicación. Manejo de 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 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 relaciones públicas

4.7 Evaluación de la campaña de relaciones públicas

4.8 Acciones a seguir en situaciones de crisis y conflictos. Relación con los medios ante una crisis

4.9 Cómo realizar un manual de crisis, los estilos de comunicar en dichas circunstancias y el ejercicio de las relaciones públicas

Tema 5. El discurso como herramienta de imagen y comunicación

- 5.1 El arte de la oratoria
- 5.2 La retórica
- 5.3 El discurso oficial

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 tareas 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 PROPIAS DE LA ASIGNATURA:

Que los estudiantes sean capaces de:

CEOP03 - Poseer conocimientos teórico -prácticos sobre las relaciones públicas y de sus procesos y estructuras organizativas.

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.
- Definir el concepto de empresa, clasificación, tipos de sectores económicos y de actividad empresarial.

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 basado en problemas
- Aprendizaje cooperativo/ trabajo en grupo
- 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	
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

El primer día de clase, el profesor/a 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	Actividades de evaluación continua y formativa	20%
	Prueba parcial de evaluación continua y formativa	25%
	Interés y participación del alumno en la asignatura	5%
Evaluación final	Prueba teórico-práctica final	50%

CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA:

La convocatoria extraordinaria tendrá lugar durante el mes de julio (consúltase el calendario académico fijado por la universidad). Esta consistirá en la realización de un examen 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:

1. BARQUERO, J.D y BARQUERO, M. (2008): El libro de oro de las relaciones públicas, Ediciones Deusto.
2. ROJAS, O. (2008): Relaciones Públicas. La eficacia de la influencia, Esic Editorial.
3. PALENCIA-LEFLER, M. (2008): 90 Técnicas de relaciones públicas, Bresca Editorial.
4. BLACK, S. (2004): ABC de las relaciones públicas, Gestión 2000.
4. MAQUEDA, J. (2003): Protocolo empresarial. Una estrategia de marketing. Esic Editorial.
5. PUJANTE D. (2003): Manual de retórica. Editorial Castalia

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA:

WEBS DE REFERENCIA:

www.relacionespublicas.com
www.rrpp.net
www.equiposingular.es
www.topcomunicacion.com
www.revistarelacionespublicas.uma.es
www.estudiodecomunicacion.com
www.eduardovalencia.com/2015/09/consejos-de-retorica-para-persuadir-con.html

OTRAS FUENTES DE CONSULTA:

www.escueladeoratoria.com/
www.cristinacamara.es
hablarenpublico1a.wordpress.com/