

Ficha Técnica

Titulación:	Grado en Periodismo		
Plan BOE:	BOE número 71 de 24 de marzo de 2014		
Asignatura:	Relaciones Públicas		
Módulo:	Comunicación corporativa		
Curso:	4º	Créditos ECTS:	6
Tipo de asignatura:	Optativa	Tipo de formación:	Teórica-práctica

Presentación

Esta asignatura de 6 ECTS supone, como dice el autor del manual de la asignatura, la iniciación a una disciplina que cuenta con una presencia esencial en el seno de las organizaciones porque contribuye a la gestión estratégica de la comunicación de cualquier organización.

La esencia de las Relaciones Públicas y consiste en conocer, gestionar e investigar a los diferentes públicos que posee una organización.

Competencias y/o resultados del aprendizaje

- Conocer los ámbitos de la publicidad y de las relaciones públicas y de sus procesos y estructuras organizativas.
- Identificar los perfiles profesionales del publicitario y del profesional de las relaciones públicas, así como las principales habilidades que se le exigen en el desempeño de su ejercicio profesional.
- Dominar los elementos, formas y procesos de los lenguajes publicitarios y de otras formas de comunicación, utilizando para ello el conocimiento de la lengua española, analizando los distintos niveles y componentes que integran el sistema lingüístico del español, así como los productos discursivos que se enmarcan en las diferentes tipologías textuales.
- Identificar los principios fundamentales de la creatividad humana y su aplicación en las manifestaciones propias de la comunicación persuasiva.
- Saber aplicar los procesos creativos al ámbito de la comunicación, en especial al ámbito de la publicidad y las relaciones públicas.
- Comprender los sistemas de análisis de campañas de publicidad y de relaciones públicas.
- Saber describir la estructura de las agencias de publicidad.
- Delimitar cada una de las funciones para la gestión de la empresa de publicidad y de relaciones públicas resaltando sus principales aplicaciones.

Contenidos Didácticos

1. MARCO TEÓRICO DE LAS RELACIONES PÚBLICAS

1.1. INTRODUCCIÓN

- 1.2. LA INVESTIGACIÓN EN RELACIONES PÚBLICAS
 - 1.3. PRINCIPALES TEÓRICOS DE LAS RELACIONES PÚBLICAS
 - 1.3.1. Las primeras teorizaciones: Edward Bernays
 - 1.3.2. Scott Cutlip y Allen Center y la perspectiva gerencial
 - 1.3.2.1. Las funciones del relaciones públicas
 - 1.3.3. James Grunig: las relaciones públicas como función directiva
 - 1.3.3.1. Los modelos de las relaciones públicas
 - 1.3.4. La escuela europea: el hombre como centro
 - 1.4. RELACIONES PÚBLICAS Y ELEMENTOS AFINES
 - 1.4.1. Concepto de relaciones públicas
 - 1.4.1.1. Elementos definidores
 - 1.4.2. La desinformación
 - 1.4.2.1. El rumor
 - 1.4.3. Propaganda
 - 1.4.4. Las relaciones públicas y la publicidad
 - 1.5. DEFINICIÓN DE RELACIONES PÚBLICAS
 - 1.5.1. Concepción tradicional
 - 1.5.2. Concepto gerencial
 - 1.5.3. Concepto legal
2. EVOLUCIÓN HISTÓRICA
- 2.1. ETAPAS
 - 2.1.1. Inicio de las relaciones públicas (hasta 1914)
 - 2.1.2. Progresiva implantación (1914-1918)
 - 2.1.3. Consolidación de la Teoría (1918-1929)
 - 2.1.4. La generalización en los ámbitos privados y públicos (1929-1945)
 - 2.1.5. Expansión internacional (a partir de 1945)
 - 2.2. LAS RELACIONES PÚBLICAS EN ESPAÑA
 - 2.2.1. Las relaciones públicas en el contexto profesional
 - 2.2.2. Las relaciones públicas en el ámbito académico
 - 2.2.2.1. Tesis doctorales de relaciones públicas
 - 2.3. LAS TENDENCIAS EN RELACIONES PÚBLICAS
 - 2.3.1. Gabinete interno o externo
3. LA COMUNICACIÓN EXTERNA
- 3.1. CARACTERÍSTICAS Y PÚBLICOS
 - 3.2. LAS RELACIONES CON LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN
 - 3.2.1. Características
 - 3.2.2. Metodologías de trabajo
 - 3.2.3. El establecimiento de contactos con los periodistas
 - 3.2.4. Suministro de información
 - 3.2.4.1. El comunicado de prensa
 - 3.2.4.2. La rueda de prensa
 - 3.2.4.3. Los artículos de fondo
 - 3.2.4.4. La entrevista
 - 3.2.5. Las tecnologías de la comunicación y las relaciones públicas
4. LA COMUNICACIÓN INTERNA
- 4.1. INTRODUCCIÓN
 - 4.1.1. Características
 - 4.2. FUNCIONES Y OBJETIVOS

- 4.3. TIPOS DE COMUNICACIÓN INTERNA
 - 4.3.1. Comunicación descendente
 - 4.3.2. Comunicación ascendente
 - 4.3.3. Comunicación horizontal
 - 4.3.4. Comunicación transversal

- 4.4. HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN INTERNA
 - 4.4.1. Manual del empleado
 - 4.4.2. Reuniones informativas
 - 4.4.3. Revista o periódico interno
 - 4.4.4. Resumen de prensa
 - 4.4.5. Círculos de calidad
 - 4.4.6. Tablones de anuncios
 - 4.4.7. Buzón de sugerencias
 - 4.4.8. Circulares
 - 4.4.9. Entrevista
 - 4.4.10. Visita o jornadas de puertas abiertas
 - 4.4.11. Comunicación financiera
 - 4.4.11.1. Preceptos legales
 - 4.4.11.2. Aspectos no legales
 - 4.4.12. Intranet
 - 4.4.13. Realidad virtual
 - 4.4.14. Videoconferencia

5. RELACIONES PÚBLICAS Y OPINIÓN PÚBLICA

- 5.1. IMAGEN PODEROSA DE LOS MEDIOS
 - 5.1.1. El conductismo como modelo comunicativo
- 5.2. LA INFLUENCIA LIMITADA DE LOS MEDIOS COMUNICATIVOS
 - 5.2.1. Surgimiento de nuevos mediadores
 - 5.2.2. El doble flujo de la comunicación
- 5.3. PERIODO DE INCERTIDUMBRE SOBRE LOS EFECTOS
 - 5.3.1. Nuevas investigaciones
- 5.4. EFECTOS ESTRUCTURALES SOBRE LA SOCIEDAD
 - 5.4.1. La teoría de la construcción del temario
 - 5.4.2. Grado de distribución social de los conocimientos
 - 5.4.3. La tematización

6. LAS RELACIONES PÚBLICAS INTERNACIONALES

- 6.1. CARACTERÍSTICAS DE LA SOCIEDAD INTERNACIONAL
- 6.2. DEFINICIÓN
- 6.3. EL PAPEL DE LAS RELACIONES PÚBLICAS INTERNACIONALES
- 6.4. TIPOLOGÍAS DE ACTUACIÓN
 - 6.4.1. Preparación del personal
 - 6.4.2. El proceso
- 6.4.3. El profesional de relaciones públicas

7. RELACIONES PÚBLICAS Y CRISIS

- 7.1. LA ORGANIZACIÓN ANTE UNA CRISIS
 - 7.1.1. Características de las crisis
- 7.2. TIPOLOGÍAS DE LAS CRISIS
- 7.3. ETAPAS DE LAS CRISIS
- 7.4. PREPARACIÓN DE UN PLAN DE CRISIS

- 7.4.1. Análisis de los posibles problemas
 - 7.4.2. Planificación
 - 7.4.3. Adecuación del personal
 - 7.4.4. Realización de pruebas
- 7.5. LAS TECNOLOGÍAS DE LA COMUNICACIÓN EN LAS CRISIS

Contenidos Prácticos

Durante el desarrollo de la asignatura se realizarán las siguientes actividades prácticas:

- Análisis de la evolución de las Relaciones Públicas.
- Ejercicio práctico sobre las relaciones públicas en la actualidad.
- Foros de debate y discusión sobre la inclusión de las nuevas tecnologías en las relaciones públicas.
- Ejercicio de identificación y análisis de relaciones públicas.

Evaluación

El sistema de evaluación del aprendizaje de la UDIMA contempla la realización de diferentes tipos de actividades de evaluación y aprendizaje. El criterio de valoración establecido se detalla a continuación:

Actividades de aprendizaje	10%
Controles	10%
Actividades de Evaluación Continua (AEC)	20%
Examen final presencial	60%
TOTAL	100%

Bibliografía

- GARCÍA, M. (2000): *Las Relaciones Públicas*, Col. Claves del éxito, Libsa, Madrid.
- LÓPEZ EIRE, J. A. y SANTIAGO GUERVÓS, J. (2000): *Retórica y comunicación política*, Cátedra, Madrid.
- MUÑOZ, J. J. (1999): *Publicidad y Relaciones Públicas. Sistemas y procesos*, LC, Salamanca.
- RODRÍGUEZ, N. (2005): “La historia como tendencia actual de las Relaciones Públicas”, en II Congreso de la Asociación de Investigadores en Comunicación, 16 al 18 de diciembre, Universidad de Sevilla, Sevilla.
- SOLANO FLETA, L. (1988): *Tratado de relaciones públicas*, Universidad Complutense de Madrid, Madrid.
- SOLANO FLETA, L. (1995): *Fundamentos de las Relaciones Públicas*, Ed. Síntesis, Madrid.
- SOLANO FLETA, L. (1999): *Tratado de Relaciones Públicas*, Gestión 2000, Barcelona.
- XIFRA, J. (1998): *Lobbying. Cómo influir eficazmente en las decisiones de las Instituciones Públicas*, Gestión 2000, Barcelona.
- XIFRA, J. (2000): *Teories i models de les relacions públiques*, Edicions 3 i 4, Barcelona.