

# RELACIONES PÚBLICAS

Grado en Organización de Eventos, Protocolo  
y Relaciones Institucionales  
2021-2022

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

## 1\_ DATOS DESCRIPTIVOS DE LA ASIGNATURA

NOMBRE DE LA ASIGNATURA	
Relaciones Públicas	

CRÉDITOS	TIPO	CURSO	SEMESTRE
6 ECTS	Básica	Cuarto	Primero

<b>Titulación</b>	Grado Organización de Eventos, Protocolo y Relaciones Institucionales
<b>Centro</b>	IMEP en C/ Arzobispo Loaces, 3
<b>Aula teoría</b>	Planta 3, aula 1
<b>Aula práctica</b>	Planta 3, aula 1
<b>Idioma</b>	Castellano

Nombre	e-mail
Paula González	paula.gonzalez@protocoloimep.com

HORARIO		
Clase	Fecha salida académica Fecha "Meet the pros"	Fecha Exámenes
Jueves 10:30h a 14:30h	Por determinar	<p><b>Presencial:</b> 27 enero 2022 de 10h a 12h</p> <p><b>A distancia:</b> 28 enero 2022 de 10-12h</p> <p><b>Conv. Extraordinaria:</b> 5 de septiembre 2022 de 10-12h</p>

## 2\_ CONTEXTUALIZACIÓN

De acuerdo con el perfil profesional para el que este grado prepara, así como el contexto socioeconómico actual, la asignatura RELACIONES PÚBLICAS es pertinente. Los nuevos yacimientos de empleo en el ámbito de la Organización de Eventos, Protocolo y Relaciones Institucionales, se encuentran precisamente en la dimensión relacional, como vector generador de vínculos de confianza entre las organizaciones y sus públicos.

El nuevo paradigma de la economía de la confianza, demanda perfiles profesionales de alta especialización y entrenados en habilidades relacionales, que faciliten la interacción comunicativa, tan variada y compleja que se produce en la actividad de organización de eventos especiales, la aplicación del protocolo y la gestión de la

política de relaciones institucionales.

La asignatura prepara a los alumnos y alumnas en teoría y técnicas de las Relaciones Públicas, de modo que puedan de una parte adquirir el corpus teórico – conceptual y epistemológico, para aplicarlo con fundamento a la práctica profesional excelente.

### 2.1\_Recomendaciones para la asignatura.

- Leer la guía docente con detenimiento y preguntar cualquier duda.
- Prestar atención a las recomendaciones del profesor sobre las prácticas del curso y del examen final.

## 3\_ COMPETENCIAS

### 3.1\_Competiciones generales (transversales) y Competencias específicas.

#### COMPETENCIAS BÁSICAS Y GENERALES

CG12 - Capacidad de actualización de los conocimientos en el ámbito de la rama de Ciencias Sociales y Jurídicas.

CG2 - Capacidad para el liderazgo y la negociación - Exclusivamente grupo presencial.

CG5 - Capacidad de análisis de la dimensión social de la actividad y la responsabilidad social y corporativa. Sensibilidad para afrontar temas sociales.

CG6 - Capacidad para el desarrollo de nuevas líneas, procesos, proyectos y productos.

CG7 - Capacidad crítica y analítica en el área de especialidad correspondiente.

CG9 - Capacidad de comunicación en lenguajes formales, gráficos y simbólicos y mediante la expresión oral y escrita.

#### COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

CE1 - Capacidad de interpretación de las conductas sociales y de consumo y de las estrategias para la intervención protocolaria.

CE5 - Capacidad para aplicar y desarrollar las medidas de seguridad y los requisitos legales que contempla la legislación nacional y comunitaria para los eventos, espectáculos públicos y recursos humanos, económicos y materiales que intervienen.

#### 4\_ CONTENIDOS.

4.1_ TEORIA
<b>BLOQUE I: Introducción a las RR.PP.</b> Tema 1: Definición Tema 2: Origen y evolución Tema 3: Estructura de un departamento de RR.PP. Tema 4: Funciones de las RR.PP. Tema 5: Diseño de una campaña de RR.PP.
<b>BLOQUE II: RR.PP. en la organización</b> Tema 1: Departamento de RR.PP. en la empresa actual Tema 2: Comunicación interna Tema 3: Comunicación externa Tema 4: RR.PP. en situaciones de crisis
<b>BLOQUE III: Estrategias de comunicación para las RR.PP</b> Tema 1: Planificación estratégica de la comunicación Tema 2: Modelos estratégicos de comunicación
<b>BLOQUE IV: Las RR.PP. y otras disciplinas</b> Tema 1: Marketing Tema 2: Publicidad, Propaganda y <i>Publicity</i> Tema 3: Patrocinio Tema 4: Eventos Tema 5: Web 2.0 y redes sociales
<b>BLOQUE V: RR.PP. en sectores especializados</b> Tema 1: Turismo Tema 2: Deporte Tema 3: Espectáculo Tema 4: Asociaciones Tema 5: ONG's Tema 6: Internacionales

<b>4.2_PRÁCTICA</b>
<b>BLOQUE I:</b> 1.- Casos prácticos de RR.PP. 2.- Análisis de una campaña de RR.PP.
<b>BLOQUE II:</b> 1.- Mediante documentos audiovisuales analizaremos las RR.PP. en las organizaciones. 2.- Análisis de las RR.PP en situaciones de crisis mediante documentos audiovisuales.
<b>BLOQUE III:</b> 1.- Estudios de casos. 2.- Prácticas de estrategias de comunicación.
<b>BLOQUE IV:</b> 1.- Prácticas y análisis diferenciando las RR.PP. con las diferentes disciplinas.
<b>BLOQUE V:</b> 1.- Casos prácticos 2.- Análisis de los documentos audiovisuales presentados en el aula

## 5\_ METODOLOGÍA

### 5.1\_PRESENCIAL

#### CLASES TEÓRICAS.

En forma de clases magistrales apoyadas en el análisis de textos, productos audiovisuales y en la exposición por la profesora de sus propias experiencias, circunstancias que permitirá al alumno conocer desde dentro la mecánica organizativa, así como los problemas, dificultades y técnicas aplicables a cada caso y momento. Al ser una asignatura que está inmersa dentro de una experiencia de innovación docente, la coordinadora de la asignatura invitará a profesionales del sector a impartir clases magistrales.

#### CLASES PRÁCTICAS.

Los alumnos aplican, a través de casos reales o simulados, los conocimientos conceptuales y procedimentales explicados por el profesor mediante la puesta en común y la discusión a partir de las actividades de trabajo en grupo y de trabajo autónomo.

### 5.2\_A DISTANCIA

#### CLASES TEÓRICAS.

El profesor facilitará cada semana el tema correspondiente, de esta manera el alumno podrá realizar una lectura general del contenido para después iniciar el proceso de comprensión y memorización de los contenidos. A parte el alumno tendrá píldoras formativas que ayuden a la asimilación de los contenidos de la asignatura y tutorías y prácticas mediante sistema de Blackboard. Al ser una asignatura que está inmersa dentro de una experiencia de innovación docente, algunas de las Blackboard serán clases magistrales de profesionales del sector.

Las clases de Blackboard de una hora aproximadamente de duración se realizarán los siguientes días:

#### **Blackboards 2021:**

Jueves 23 septiembre

Jueves 7 octubre

Jueves 21 octubre

Jueves 4 noviembre

Jueves 18 noviembre

Jueves 2 diciembre

Jueves 16 diciembre

La hora: 15h a 16h. Estas clases quedarán grabadas.

### 5.3\_ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD

Los principios en atención a la diversidad a tener en cuenta en el aula son, en líneas generales:

- Favorecer la autonomía y el desarrollo personal dentro del marco de las propias posibilidades.
- Cooperación y ayuda entre los alumnos y el profesor con la finalidad de estimular situaciones propicias para la puesta en común de dudas, soluciones o resultados.
- Propiciar la puesta en común de experiencias y vivencias.
- Propiciar la interacción comunicativa entre los alumnos a través del trabajo en parejas o grupos reducidos.

## 6\_ RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1. Definir con claridad el concepto, las funciones y el origen de las RR.PP.
2. Analizar y comprender el papel que desempeña el Relaciones Públicas en una organización.
3. Investigar el papel que desempeña el RR.PP con sus diferentes públicos de interés.
4. Diseñar un plan estratégico de RR.PP. en situaciones normales y de crisis.
5. Saber las diferencias de las RR.PP. respecto a otras disciplinas
6. Estar al corriente de las RR.PP. en las diferentes organizaciones

## 7\_ SISTEMA DE EVALUACIÓN

### 7.1\_ PRESENCIAL

#### **A) Evaluación continuada:**

- Prácticas semanales y lecturas obligatorias (40%).
- Asistencia a seminarios y participación en clase (10%).
- Examen final consistirá en la resolución de un caso y en responder cuatro preguntas de contenido teórico (50%).

**\*Nota importante.**

Tanto las prácticas como la asistencia a clase y el examen deben de estar aprobados con un 5

#### **B) Evaluación septiembre (en caso de suspender o no presentarse en 1era convocatoria):**

- Se guardarán las notas de las prácticas y asistencia a clase/participación para septiembre.
- Examen final consistirá en la resolución de un caso y en responder cuatro preguntas de contenido teórico (50%).

**\*Nota importante.**

Tanto las prácticas como la asistencia a clase y el examen deben de estar aprobados con un 5

#### **C) Sin evaluación continua:**

Si el alumno pierde la evaluación continua, el examen final consistirá la resolución de un caso y en responder cuatro preguntas de contenido teórico. El examen se evaluará sobre 7.

#### **Evaluación en caso de emergencia sanitaria**

En el caso de que se produzca algún tipo de emergencia por la pandemia sanitaria, se respetarán los extremos contenidos en esta sección. No obstante, se podrá adaptar el formato de los trabajos y prácticas al formato online. Asimismo, la evaluación sería examen final de la asignatura tendría un 50% y participación y prácticas equivaldrían a un 50% en la asignatura.

### 7.2\_ A DISTANCIA

#### **A) Evaluación continuada:**

- Prácticas semanales y lecturas obligatorias (40%).
- Asistencia a seminarios y tutorías (10%).
- Examen final consistirá en la resolución de un caso y en responder cuatro preguntas de contenido teórico (50%).



**\*Nota importante.**

Tanto las prácticas como la asistencia a clase y el examen deben de estar aprobados con un 5

**B) Evaluación septiembre (en caso de suspender o no presentarse en 1era convocatoria):**

- Se guardarán las notas de las prácticas y asistencia para septiembre.

- Examen final consistirá en la resolución de un caso y en responder cuatro preguntas de contenido teórico (50%).

**\*Nota importante.**

En caso de no presentar las prácticas y optar a evaluación no continua, el examen de septiembre se evaluará sobre 7.

**Evaluación en caso de emergencia sanitaria**

En el caso de que se produzca algún tipo de emergencia por la pandemia sanitaria, se respetarán los extremos contenidos en esta sección. No obstante, se podrá adaptar el formato de los trabajos y prácticas al formato online. Asimismo, la evaluación sería examen final de la asignatura tendría un 50% y participación y prácticas equivaldrían a un 50% en la asignatura.

**8\_ PLANIFICACIÓN DE ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE**

TIPOS DE ACTIVIDADES	HORAS
ASISTENCIA A CLASES TEÓRICAS	35
ASISTENCIA A CLASES PRÁCTICAS	25
ASISTENCIA A SEMINARIOS, CHARLAS O CONFERENCIAS RELACIONADAS CON LA ASIGNATURA	4
PREPARACIÓN CLASES TEORICAS	30
PREPARACIÓN TRABAJO PARA CLASES PRÁCTICAS	30
ASISTENCIA A TUTORIAS	3
ESTUDIO DE PREPARACIÓN EXÁMENES	15
VISITA A INSTALACIONES O EMPRESAS	4
REALIZACIÓN DE EXAMENES TEÓRICOS Y PRÁCTICOS	4
<b>TOTAL VOLUMEN TRABAJO ALUMNO</b>	<b>150</b>

**8.1 PRESENCIAL**

BLOQUE I: Introducción a las RR.PP.			Semana 1, 2, 3 y 4
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
1-2-3-6	<p>Presentación de la asignatura, conocimientos del alumno sobre la materia y visionado de documentos audiovisuales</p> <p>Tarea 1: Aprendizaje de las funciones y estructura de un departamento de RR.PP. mediante registros visuales.</p>	Será evaluación continua	10%

BLOQUE II: RR.PP. en las organizaciones			Semana 4, 5 y 6
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
1-2-3-6	Tarea 2: Aplicación de este bloque II a un caso práctico/lecturas	Será evaluación continua	10%

BLOQUE III: Estrategias de comunicación para las RR.PP.			Semana 7, 8 y 9
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
1-2-3-4-6	Tarea 3: Aplicación de este bloque III a un caso práctico	Será evaluación continua	10%

BLOQUE IV: Las RR.PP. y otras disciplinas BLOQUE V: RR.PP en sectores especializados			Semana 10 a la 15
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
1-2-3-4-5	Tarea 4 : Clase práctica en la que el alumno presentará de manera oral los conocimientos de la materia mediante un caso práctico	Será evaluación continua	10%

**8.2\_ A DISTANCIA**

<b>BLOQUE I: Introducción a las RR.PP.</b>			<b>Semana 1, 2, 3 y 4</b>
<b>Resultado de Aprendizaje</b>	<b>Actividad Práctica/ Metodología</b>	<b>Sistema de Evaluación</b>	<b>Porcentaje</b>
1-2-3-6	<p>Presentación de la asignatura, conocimientos del alumno sobre la materia y visionado de documentos audiovisuales</p> <p>Tarea 1: Aprendizaje de las funciones y estructura de un departamento de RR.PP. mediante registros visuales.</p>	Será evaluación continua	10%

<b>BLOQUE II: RR.PP. en las organizaciones</b>			<b>Semana 4, 5 y 6</b>
<b>Resultado de Aprendizaje</b>	<b>Actividad Práctica/ Metodología</b>	<b>Sistema de Evaluación</b>	<b>Porcentaje</b>
1-2-3-6	Tarea 2: Aplicación de este bloque II a un caso práctico/lecturas	Será evaluación continua	10%

<b>BLOQUE III: Estrategias de comunicación para las RR.PP.</b>			<b>Semana 7, 8 y 9</b>
<b>Resultado de Aprendizaje</b>	<b>Actividad Práctica/ Metodología</b>	<b>Sistema de Evaluación</b>	<b>Porcentaje</b>
1-2-3-4-6	Tarea 3: Aplicación de este bloque III a un caso práctico	Será evaluación continua	10%

<b>BLOQUE IV: Las RR.PP. y otras disciplinas BLOQUE V: RR.PP en sectores especializados</b>			<b>Semana 10 a la 15</b>
<b>Resultado de Aprendizaje</b>	<b>Actividad Práctica/ Metodología</b>	<b>Sistema de Evaluación</b>	<b>Porcentaje</b>
1-2-3-4-5	Tarea 4 : Clase práctica en la que el alumno presentará de manera oral los conocimientos de la materia mediante un caso práctico	Será evaluación continua	10%

## 9.-BIBLIOGRAFÍA RECOMENDADA

### 9.1\_GENERAL

#### BIBLIOGRAFÍA GENERAL

Bassat, L. (2017). *El libro rojo de la publicidad (ideas que mueven montañas)*. Barcelona: Debolsillo.

Berceruelo, B. (2016). *Comunicación empresarial*. Madrid. Popular y estudio de comunicación.

Compte-Pujol, Marc; Matilla, Kathy; Hernández, Salvador (2018). “Estrategia y relaciones públicas: un estudio bibliométrico comparativo”. *Revista latina de comunicación social*, n. 73, pp. 748-764. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2018-1280>

Díaz, L. (2017). *Soy Marca: quiero trabajar con influencers*. España: Bresca.

Fajardo, G.C. y Nivia, A.M. (2016). *Relaciones públicas y comunicación organizacional: ejes de la comunicación. Guía de conceptos y saberes*. Bogotá. Utadeo.

Kotler, P. y Armstrong, G. (2016). *Marketing*. México. Person.

Macnamara, J., Lwin, M.O., Adi, A., y Zerfass, A. (2017). *Asia-Pacific Communication Monitor 2017/18. Strategic challenges, social media and professional capabilities. Results of a survey in 22 countries*. Hong Kong: APACD.

Pollard, M. (n.d.). How to do account planning- a simple approach. Recuperado de: <https://www.markpollard.net/how-to-do-account-planning-a-simple-approach/>

Rubio, P.C. y i Sanz, J.M.L. (2019). *Estrategias de publicidad y relaciones públicas en la era digital: los casos de estudio de Wallapop, Westwing y Fotocasa*. Barcelona. UOC.

Violante, N.S. y Laurent, J.M. (2017). Nuevos roles profesionales dentro de la agencia publicitaria en la era digital. *Redmarka*, Año X, 18, pp. 117-136.

## 9.2\_ACTIVIDADES FORMATIVAS

IMEP cuenta con un programa de actividades formativas extracurriculares a disposición del alumno. Toda la información se puede consultar tanto en el campus virtual, como en la página web del título [www.protocoloimep.com](http://www.protocoloimep.com)

## 10\_TUTORÍAS

### MODALIDAD PRESENCIAL

En el caso de la modalidad presencial, el alumno deberá pedir mediante e-mail al profesor una cita para tutoría, la cual se mantendrá en la fecha estipulada entre ambos a través de blackboard collaborate.

### MODALIDAD DISTANCIA

En el caso de la modalidad a distancia, se seguirá el mismo procedimiento que en el caso anterior.