

RELACIONES PÚBLICAS

Grado en Organización de Eventos, Protocolo
y Relaciones Institucionales
2022-2023

www.protocoloimep.com

1_ DATOS DESCRIPTIVOS DE LA ASIGNATURA

NOMBRE DE LA ASIGNATURA	
Relaciones Públicas	

CRÉDITOS	TIPO	CURSO	SEMESTRE
6 ECTS	Básica	Cuarto	Primero

Titulación	Grado Organización de Eventos, Protocolo y Relaciones Institucionales
Centro	IMEP en C/ Arzobispo Loaces, 3
Aula teoría	Planta 4, aula 4
Aula práctica	Planta 4, aula 4
Idioma	Castellano

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

HORARIO		
Clase	Fecha salida académica Fecha "Meet the pros"	Fecha Exámenes
Miércoles 15:45h a 20h	Por determinar	<p>Presencial: 26 enero 2023 de 16h a 18h</p> <p>A distancia: 27 enero 2023 de 10-12h</p> <p>Conv. Extraordinaria: 5 de septiembre 2023 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

BLOQUE I: Introducción a las RR.PP.

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.

BLOQUE II: RR.PP. en la organización

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

BLOQUE III: Estrategias de comunicación para las RR.PP

Tema 1: Planificación estratégica de la comunicación

Tema 2: Modelos estratégicos de comunicación

BLOQUE IV: Las RR.PP. y otras disciplinas

Tema 1: Marketing

Tema 2: Publicidad, Propaganda y *Publicity*

Tema 3: Patrocinio

Tema 4: Eventos

Tema 5: Web 2.0 y redes sociales

BLOQUE V: RR.PP. en sectores especializados

Tema 1: Hotelero y turístico

Tema 2: Deporte

Tema 3: Espectáculo

Tema 4: Asociaciones

Tema 5: ONG's

Tema 6: Internacionales

4.2_PRÁCTICA

BLOQUE I:

1.- Casos prácticos de RR.PP.

2.- Análisis de una campaña de RR.PP.

BLOQUE II:

1.- Mediante documentos audiovisuales analizaremos las RR.PP. en las organizaciones.

2.- Análisis de las RR.PP en situaciones de crisis mediante documentos audiovisuales.

BLOQUE III:

- 1.- Estudios de casos.
- 2.- Prácticas de estrategias de comunicación.

BLOQUE IV:

- 1.- Prácticas y análisis diferenciando las RR.PP. con las diferentes disciplinas.

BLOQUE V:

- 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 2022-2023:

Lunes 26 septiembre

Lunes 10 octubre

Lunes 24 octubre

Lunes 7 noviembre

Lunes 21 noviembre

Lunes 12 diciembre

Lunes 19 diciembre

Lunes 9 enero

La hora: 10h a 11h. 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%).
1era práctica: 19 octubre
2da práctica: 30 noviembre
3era práctica: 14 diciembre
- 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.

A) Evaluación continuada:

- Prácticas semanales y lecturas obligatorias (40%).
1era práctica: 19 octubre
2da práctica: 30 noviembre
3era práctica: 14 diciembre
- 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_ PLANIFICIACIÓN DE ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

PRESENCIAL

TIPOS DE ACTIVIDADES	HORAS
CLASES TEÓRICAS	30,77
OTRAS ACTIVIDADES	7,69
CLASES PRÁCTICAS	29,23

SEMINARIOS	15,38
TRABAJO EN GRUPO	12,31
TUTORIAS	10
OTRAS ACTIVIDADES: TAREAS COMPARTIDAS	9,23
PREPARACION CLASES TEORÍA	9,23
PREPARACIÓN TRBAAJOS CLASES PRÁCTICAS	15,38
ESTUDIO DE EXÁMENES	10,77
TOTAL	150

A DISTANCIA

TIPOS DE ACTIVIDADES	HORAS
CLASES TEÓRICAS	30,77
CLASES PRÁCTICAS	29,23
SEMINARIOS	15,38
TRABAJO	12,3
TUTORIAS	10
OTRAS ACTIVIDADES:TAREAS COMPARTIDAS	9,23
PREPARACIÓN CLASES TEORÍA	9,23
PREPARACIÓN TRABAJOS CLASES PRÁCTICAS	15,38
ESTUDIO DE EXÁMENES	10,77
OTRAS ACTIVIDADES	7,69
TOTAL	150

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. BLOQUE IV: Las RR.PP. y otras disciplinas BLOQUE V: RR.PP en sectores especializados			Semana 7 a la 15
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
1-2-3-4-5-6	Tarea 3: Aplicación de la teoría a un caso práctico	Será evaluación continua	20%

8.2_ A DISTANCIA

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. BLOQUE IV: Las RR.PP. y otras disciplinas BLOQUE V: RR.PP en sectores especializados			Semana 7 a la 15
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
1-2-3-4-5-6	Tarea 3: Aplicación de la teoría a un caso práctico	Será evaluación continua	20%

--	--	--	--

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 Zeffass, 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-simpleapproach/>

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

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.