

TITULACIÓN: GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

DATOS BÁSICOS DE LA ASIGNATURA

Nombre: **PROGRAMACIÓN Y TÉCNICA DE LAS RELACIONES PÚBLICAS**
Curso: TERCERO Semestre: 1º
Tipo: Formación Básica Obligatoria Optativa
Créditos totales(LRU / ECTS): 6 Año del Plan de Estudio: 2010

DESCRIPTORES

La asignatura Programación y Técnicas de las Relaciones Públicas describe el proceso de planificación estratégica de las relaciones entre la organización y sus públicos para la gestión de la comunicación organizacional que genera, como consecuencia, reputación e imagen corporativa.

En este sentido, dentro del plan de estudios, la finalidad de la asignatura es dotar a los alumnos de las destrezas y competencias necesarias para emprender de forma profesional la programación de las relaciones públicas tanto en empresas e instituciones públicas o privadas, como en consultoras de comunicación.

OBJETIVOS

Generales: Acceder al diseño, establecimiento y desarrollo de las políticas de relaciones públicas, así como al diseño de las estrategias y la aplicación de tácticas y técnicas de comunicación y relación en organizaciones públicas y privadas.

Concretos: identificar los procesos relacionales de las organizaciones, así como los de creación, difusión y mantenimiento de vínculos positivos entre estas y sus públicos. Análisis tanto de los medios de relación y comunicación tradicionales como de los más vanguardistas utilizados en campañas y acciones específicas puntuales.

COMPETENCIAS

Competencias transversales genéricas:

- G04. Toma de decisiones: capacidad para acertar al elegir en situaciones de incertidumbre, asumiendo responsabilidades.
- G05. Capacidad para la ideación, planificación, ejecución y evaluación de las campañas de comunicación.
- G06. Orden y método: habilidad para la organización y temporalización de las tareas, realizándolas de manera ordenada adoptando con lógica las decisiones prioritarias en los diferentes procesos de una campaña de comunicación.
- GO8. Fomentar el espíritu emprendedor.
- G09. Fomentar y garantizar el respeto a los Derechos Humanos y a los principios de accesibilidad universal, igualdad, no discriminación y los valores democráticos y de la cultura de la paz. Que debe ser adscrita, al menos, al módulo de prácticas y trabajo de trabajo fin de grado y en todo caso a las asignaturas que contemplen contenidos de igualdad de género y/o derechos humanos, caso de que estén presentes en el plan de estudios.

Competencias específicas:

- E13. Conocer las estructuras de las organizaciones, como son las ONG, partidos políticos, sindicatos, organizaciones sociales, etc.
- E28. Dominio de la gestión de la comunicación financiera.
- E39. Conocimiento de la gestión de conflictos a través de la comunicación.
- E42. Capacidad para gestionar los públicos de las organizaciones y sus características.
- E48. Saber cómo relacionarse con los medios de comunicación para un mejor rendimiento.

E50. Formación especializada de portavoces y asesores en el ámbito político, así como en protocolo y ceremonial.

METODOLOGÍA Y TÉCNICAS DOCENTES

La metodología de clases se fundamentará en una combinación eficaz de clases teóricas y prácticas.

Las sesiones teóricas tienen como objetivo dotar al alumno de las bases teóricas que lo habiliten para el ejercicio posterior de las diferentes áreas temáticas descritas en el programa. Para ello se proporcionarán clases monográficas apoyadas en el uso de nuevas tecnologías visuales y audiovisuales.

Las sesiones prácticas tienen como objetivo la aplicación de los conocimientos teóricos adquiridos previamente con casos prácticos reales que los alumnos resolverán y expondrán individualmente o en grupo en clase. Estas sesiones tienen una orientación claramente profesional y se organizarán al estilo de las exposiciones que las consultoras de relaciones públicas realizan ante sus clientes al presentarles una propuesta de programación estratégica de relaciones públicas.

Estas sesiones teorico-prácticas se complementarán con el visionado de filmes específicos relacionados con la asignatura y la presencia de profesionales que acerquen su experiencia profesional en relaciones públicas al aula.

TEMARIO

Tema 1. La planificación estratégica de las relaciones públicas y sus fases.

Tema 2. Introducción a las técnicas de gestión de las relaciones con los medios de comunicación.

Tema 3. La organización de actos y eventos.

Tema 4. Patrocinio y mecenazgo.

Tema 5. Lobby.

Tema 6. Técnicas transversales en relaciones públicas.

TÉCNICAS DE EVALUACIÓN

El alumnado dispondrá de dos opciones de evaluación a seguir:

OPCIÓN A

Podrá acogerse a ella si asiste al 75% de las clases

La evaluación consistirá en:

La realización un examen tipo test que supondrá un 50% de la nota final (se pruebas parciales).

La realización de una serie de actividades de clase que supondrán el 50% de la nota final.

OPCIÓN B

En el caso de elegir esta opción o de que no se haya asistido al 75% de las clases, el alumno deberá hacer un único examen de toda la materia que supondrá el 100% de la nota final.