



## DATOS IDENTIFICATIVOS

### Teoría y práctica de las relaciones públicas

Asignatura	Teoría y práctica de las relaciones públicas			
Código	P04G190V01205			
Titulación	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	1	2c
Lengua Impartición	Castellano Gallego			
Departamento	Comunicación audiovisual y publicidad			
Coordinador/a	Míguez González, María Isabel			
Profesorado	Míguez González, María Isabel Montero Campos, María Eugenia			
Correo-e	mabelm@uvigo.es			
Web				
Descripción general	<p>La materia de Teoría y práctica de las relaciones públicas tiene carácter obligatorio y cuenta con una carga lectiva de 6 créditos ECTS. Se imparte en el segundo cuatrimestre del 1º curso del título de Grado en Publicidad y Relaciones Públicas y se trata de la primera materia en la que se abordan contenidos relativos a la disciplina de las relaciones públicas.</p> <p>Dado que los estudios a los que se enfrenta el alumno son de carácter superior, la materia cuenta con un importante componente teórico, relativo al análisis conceptual de diferentes elementos y a la comprensión de diversos modelos formulados por los especialistas en relaciones públicas. Este componente teórico se completa con contenidos y metas de tipo práctico, encaminadas a la favorecer la realización de un trabajo de calidad cuando el alumno se incorpore al ámbito profesional.</p>			

## Competencias

Código	
A4	Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.
B1	Competencias interpretativa y operativa de la comunicación como realidad y como campo de estudio desde el punto de vista humanístico y técnico: conocimiento teórico de la comunicación.
C1	Conocimiento de la evolución histórica de la comunicación publicitaria y de las relaciones públicas, así como de los aspectos industriales, socio-políticos y estéticos que inciden en sus elementos, formas y procesos.
C4	Conocimiento teórico y práctico de las estructuras organizativas y de los procesos de la publicidad y de las relaciones públicas.
C7	Conocimiento de la ética y la deontología profesional de la publicidad y de las relaciones públicas así como del ordenamiento jurídico que afecta a las prácticas comunicativas
D1	Competencias interpretativas de la comunicación: capacidad de reconocer implicaciones éticas en decisiones profesionales.

## Resultados de aprendizaje

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
Definir las relaciones públicas e identificar sus características, relaciones e implicaciones.	B1
Recordar e interpretar la historia de la disciplina y su evolución, profundizando en las diferentes corrientes y perspectivas de estudio.	C1
Identificar y describir las funciones y herramientas de las relaciones públicas, así como las distintas fases de sus procesos.	C4
Identificar y analizar los sujetos que intervienen en la actividad de las relaciones públicas, reconociendo los roles profesionales de la disciplina y sus particularidades.	C4

Identificar y aplicar los referentes éticos y legales por los que se rige la práctica profesional de la disciplina.	C7	D1
Manejar adecuadamente el lenguaje propio de la disciplina	A4	B1
Valorar la importancia de las relaciones públicas en el contexto económico, político, socio-cultural, tecnológico y comunicativo.		C1
Reconocer implicaciones éticas en supuestos sobre decisiones profesionales.		D1
Demostrar capacidad de comunicación oral y escrita	A4	

## Contenidos

Tema	
1. Conceptualización de las relaciones públicas (I) Introducción	Concepto y características Problemas terminológicos Contextualización en el panorama científico y relación con otras disciplinas.
2. Conceptualización de las relaciones públicas (II)	Funciones o áreas profesionales Sujetos y estructuras Proceso Instrumentos y herramientas
3. La evolución de las relaciones públicas	Antecedentes y nacimiento La era de los pioneros (1900-1950). La mayoría de edad La evolución de la investigación: principales teóricos La evolución de las relaciones públicas en España
4. La profesión de las relaciones públicas	Carrera profesional Departamentos y consultoras Asociaciones profesionales Límites de las relaciones públicas: ética, legalidad y deontología
5. Públicos, opinión pública y medios de comunicación	Stakeholders, públicos y público objetivo Opinión pública, líderes de opinión y medios de comunicación social

## Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Actividades introductorias	1	0	1
Lección magistral	24	48	72
Talleres	16	0	16
Trabajo tutelado	8	32	40
Examen de preguntas objetivas	1	20	21

\*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado

## Metodologías

	Descripción
Actividades introductorias	Actividades encaminadas a tomar contacto y reunir información sobre el alumnado, así como a presentar la asignatura.
Lección magistral	Exposición de los contenidos de la materia
Talleres	Actividades enfocadas a la adquisición de conocimientos y habilidades de comunicación verbal y no verbal, con asistencia específica por parte del profesor a las actividades que desarrollan los estudiantes.
Trabajo tutelado	Los estudiantes desarrollarán en grupo uno o varios trabajos tutelados. Se trata de una actividad autónoma de los estudiantes que incluye la búsqueda y recogida de información, lectura y manejo de bibliografía, redacción, etc. Se dedicarán varias sesiones a la presentación, seguimiento y exposición oral de los proyectos.

## Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Trabajo tutelado	Durante las sesiones prácticas en las que se desarrollen los trabajos de aula las docentes harán un seguimiento directo de la evolución del trabajo de cada grupo

## Evaluación

Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje

Talleres	Se valorará la asistencia, participación activa y trabajo desarrollado en las sesiones que se dediquen a los talleres. Los alumnos que no puedan asistir a estas sesiones (por motivos laborales, por estar cursando otras materias de otros cursos en el incluso horario, etc.) deben contactar con el docente para exponer su caso nos primeros días del curso.	20	A4 B1 C7 D1
Trabajo tutelado	Los alumnos deberán entregar en tiempo y forma los trabajos tutelados, que se desarrollarán preferentemente de forma grupal.	30	A4
Examen de preguntas objetivas	Se trata de una prueba para evaluación de las competencias adquiridas que incluye preguntas directas sobre un aspecto concreto. Los alumnos deben responder de manera directa en base a los conocimientos que tienen sobre la materia.	50	C1 C4 C7

## Otros comentarios sobre la Evaluación

### REQUISITOS PARA SUPERAR La MATERIA

Para superar la materia es necesario cumplir dos requisitos:- Alcanzar una puntuación mínima de 2 en la prueba tipo test.- Sumar una puntuación total mínima de 5.

### CONSIDERACIONES RELATIVAS A Los ALUMNOS NO ASISTENTES

La materia Teoría y práctica de las Relaciones Públicas está diseñada como una materia presencial en la que la asistencia a las sesiones docentes, especialmente a las prácticas, es fundamental para alcanzar las competencias establecidas en esta guía docente. Por este motivo, un porcentaje importante de la evaluación está vinculada a la asistencia y participación de los alumnos. En caso de que, excepcionalmente y por causas justificadas, el alumno no pueda asistir con asiduidad a las sesiones docentes, deberá contactar con los profesores de la materia en las dos primeras semanas de curso para articular soluciones a su caso particular.

### RECUPERACIÓN DE La MATERIA (2ª EDICIÓN)

Los alumnos que no se presenten al examen de la primera edición o no superen la materia, tendrán la opción de hacerlo en la edición de recuperación (julio). Los porcentajes establecidos para la evaluación de la materia serán las mismas que las de la convocatoria de mayo. Por lo tanto, el alumno que desee optar a superar la materia en la edición de julio, además de presentarse a las pruebas, deberá contactar con los profesores para saber qué trabajos deberá desarrollar en correspondencia con los apartados de taller y trabajos tutelados.

Si el alumno no supera la materia en la segunda edición deberá cursarla nuevamente, adaptándose a la guía docente que esté vigente en el curso en tela de juicio, y, por lo tanto, no conservará ninguna de las calificaciones obtenidas en el presente curso.

## Fuentes de información

### Bibliografía Básica

Castillo Esparcia, Antonio, **Relaciones públicas : teoría e historia**, 1ª, Editorial UOC, 2009

Rojas Orduña, Octavio Isaac, **Relaciones públicas : la eficacia de la influencia**, 2ª ed. [rev. y act.], ESIC, 2008

Wilcox, Dennis L., Cameron, GlenT. e Xifra, Jordi, **Relaciones públicas: estrategias y tácticas**, 10ª, Pearson Educación, 2012

### Bibliografía Complementaria

## Recomendaciones

### Asignaturas que continúan el temario

Comunicación: Imagen corporativa/P04G190V01303

Planificación estratégica de las relaciones públicas/P04G190V01503

Técnicas de relaciones públicas/P04G190V01604

Dirección de comunicación/P04G190V01701

### Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Comunicación: Teoría e historia de la comunicación/P04G190V01104

Teoría y práctica de la comunicación publicitaria/P04G190V01105