



DATOS IDENTIFICATIVOS

Planificación estratéxica das relacións públicas

Materia	Planificación estratéxica das relacións públicas			
Código	P04G190V01503			
Titulación	Grao en Publicidade e Relacións Públicas			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	6	OB	3	1c
Lingua de impartición	Castelán Galego			
Departamento	Comunicación audiovisual e publicidade			
Coordinador/a	Fernández Souto, Ana Belén			
Profesorado	Fernández Souto, Ana Belén Puentes Rivera, Iván			
Correo-e	abfsouto@uvigo.es			
Web	http://webs.uvigo.es/abfsouto			
Descrición xeral	Introducción á materia, o proceso de programación, a comunicación de crise, os departamentos de RRPP, protocolo, Relacións Públicas Internacionais, relacións cos medios de comunicación, soportes de RRPP, Public affairs.			

Resultados de Formación e Aprendizaxe

Código	
A3	Que os estudantes teñan a capacidade de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro da súa área de estudo) para emitir xuízos que inclúan unha reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica ou ética.
C4	Coñecemento teórico e práctico das estruturas organizativas e dos procesos da publicidade e das relacións públicas.
C8	Coñecemento das perspectivas e metodoloxías de investigación dos axentes, entornos e procesos implicados na comunicación e, especificamente, na publicidade e nas relacións públicas.
C9	Coñecemento das estratexias de comunicación e o seu desenvolvemento creativo, aplicables en todo tipo de organizacións, así como das metodoloxías necesarias para a súa análise, auditoría e avaliación.
D1	Competencias interpretativas da comunicación: capacidade de recoñecer implicacións éticas en decisións profesionais.
D4	Competencias directivas: capacidade para administrar o tempo, con habilidade para a organización de tarefas.
D5	Competencias directivas: capacidade de asumir o liderado en proxectos, xeríndoos eficientemente e asumindo compromisos de responsabilidade social.
D6	Competencias directivas: preparación para asumir o risco na toma de decisións.

Resultados previstos na materia

Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe		
Identificar, describir e analizar os modelos de planificación das relacións públicas e os mecanismos de creación de estratexias de comunicación aplicables nas empresas e institucións públicas e privadas		C4 C9	
Seleccionar as metodoloxías necesarias para analizar e avaliar as estratexias de relacións públicas implementadas nunha organización		C8	
Definir as técnicas de investigación necesarias para poder realizar unha correcta planificación estratéxica de relacións públicas	A3	C8	
Identificar, valorar, xestionar e aproveitar estratéxicamente os activos intangibles da organización	A3	C9	D6
Deseñar estratexias comunicativas baseadas nos conceptos de imaxe corporativa e reputación da organización		C9	
Identificar aos distintos públicos da organización e planificar estratexias en función do peso que poidan ter na opinión pública		C8 C9	D1

Planificar estratexicamente a xestión de conflitos potenciais, a comunicación de crise e a responsabilidade social corporativa da organización	A3	C9	D1
Adaptar a planificación estratéxica de relacións públicas aos obxectivos organizacionais			D5 D6
Asumir o liderado dos proxectos, xestionándoos eficientemente e asumindo os principios da responsabilidade social			D4 D5
Interpretar e analizar a contorna económica, político, socio-cultural, tecnolóxico e comunicativo	A3		
Aceptar o risco na toma de decisións sobre planificación estratéxica de relacións públicas			D6

Contidos

Tema	
Tema 1. O proceso de programación de RRPP	Tema 1. Fases do proceso de programación -Investigación -Planificación -Execución -Avaliación
Tema 2. Xestión de conflitos potenciais	Tema 5. Comunicación e xestión de crise. Modelos de actuación
Tema 3. RRPP persoais	Tema 2. Comunicación non verbal e comunicación verbal. A imaxe pública
Tema 4. RRPP internacionais	Tema 3. Modelos de negociación internacional. Comunicación intercultural
Tema 5. Protocolo e cerimonial	Tema 4. Lexislación e normativas. Aplicación
Tema 6. Comunicación organizacional	Tema 6. Comunicación organizacional. Fluxos de comunicación institucional e empresarial

Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Traballo tutelado	8	10	18
Seminario	9	30	39
Presentación	8	30	38
Lección maxistral	24	24	48
Resolución de problemas e/ou exercicios	1	6	7

*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientador, considerando a heteroxeneidade do alumnado.

Metodoloxía docente

	Descrición
Traballo tutelado	Traballos que se desenvolven en grupo baixo a supervisión da profesora sobre contidos teóricos da materia. os estudantes desenvolven semanalmente na aula traallos en grupo que, posteriormente, son presentados ante os compañeiros.
Seminario	Traballos esporádicos e puntuais sobre temas de actualidade relacionados cos contidos da materia.
Presentación	Exposición pública dos contidos teóricos e prácticos da materia.
Lección maxistral	Desenvolvemento dos contidos teóricos por parte do docente

Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Lección maxistral	Durante as sesións, a docente atenderá aos estudantes coas súas dúbidas, que tamén poderán ser resoltas en horario de titorías
Traballo tutelado	O docente supervisa e dálles as ferramentas teóricas para desenvolver os traballos de aula. As dúbidas derivadas da elaboración destes traballos tamén se poden completar coas horas de tutoría do docente.
Seminario	Durante as sesións, a docente atenderá aos estudantes coas súas dúbidas, que tamén poderán ser resoltas no horario de titorías

Avaliación

	Descrición	Cualificación	Resultados de Formación e Aprendizaxe			
Traballo tutelado	Probas de avaliación da adquisición dos contidos teóricos e aplicados a casos concreto de estudo	40	A3	C4 C8 C9	D1 D4 D5 D6	

Seminario	Actividades enfocadas ao traballo sobre un tema específico, que permiten afondar ou complementar os contidos da materia. Pódense empregar como complemento das clases teóricas.	20	A3	C4 C8 C9	D1 D4 D5 D6
Resolución de problemas e/ou exercicios	Probas para avaliación das competencias adquiridas que inclúen preguntas directas sobre un aspecto concreto. Os alumnos deben responder de maneira directa e breve en base aos coñecementos que teñen sobre a materia.	40	A3	C4 C9	D1

Outros comentarios sobre a Avaliación

Os alumnos coa materia pendente doutros *años, que non poden asistir *presencialmente por coincidencia co horario doutra materia, deben porse en contacto coa docente no mes de setembro para planificar o desenvolvemento dos traballos.

É RESPONSABILIDADE DO ALUMNO Ou ALUMNA ESTAR ATENTO Á *INFORMACIÃO*N SUBIDA E RECOMPILAR A *INFORMACIÃO*N *ESPECÍFICA E COMPLEMENTARIA QUE SEXA PRECISA PARA SUPERAR A MATERIA.

*EVALUACIÃO*N CONTINUA:

- **Proba *teórica (40%):** Inclúe os temas e contidos vistos na aula, complementados coa *bibliografía. O alumno *deberá presentarse a un exame nas datas do calendario oficial aprobado en Xunta de Facultade.

Para aprobar a *teoría debe obterse, como *máximo, un 5 sobre 10.

- ***Prácticas (40%):** as clases *prácticas son presenciais e obrigatorias. A non asistencia ao 15% das clases *prácticas supón a non *aprobación de dita parte por *evaluación continua.

Para aprobar as *prácticas debe obterse nelas, como *máximo, un 5 sobre 10.

- Seminarios

(20%)

: Traballos *grupales sobre un tema concreto explicado na aula. A asistencia á *presentación dos contidos dos seminarios *também é presencial e obrigatoria para todos os membros do grupo.

Para aprobar os seminarios debe obterse, como *máximo, un 5 sobre 10.

Observacións sobre a *Evaluación continua:

Para superar a materia é necesario aprobar todas as partes da mesma (obter polo menos 5 puntos sobre 10 en cada unha delas), que *serán ponderadas da forma establecida para obter a nota final.

O docente *valorará *añadir até un punto na *puntuación individual final do alumno si a súa asistencia ás clases *teóricas foi superior ao 75%.

En caso de non superar algunha das partes da materia (*teoría, *prácticas e seminarios), a nota final nesta convocatoria *será a *máxima das notas obtidas nos distintos apartados que son avaliados, valorados cada un deles nunha escala de 0 a 10..

*EVALUACIÃO*N GLOBAL:

- **Proba *Teórica: 40%**

- **Traballos *prácticos individualizados: 40%**

- **Seminarios: 20%.**

Para superar a materia é necesario aprobar todas as partes da mesma (obter polo menos 5 puntos sobre 10 en cada unha delas), que *serán ponderadas da forma establecida para obter a nota final. En caso de non superar algunha das partes da materia, a nota final nesta convocatoria *será a *máxima das notas obtidas nos distintos apartados que son avaliados, valorados cada un deles nunha escala de 0 a 10.

Bibliografía. Fontes de información

Bibliografía Básica

XIFRA, J, **Planificación estratégica de las relaciones públicas**, Paidós, 2005

XIFRA, J, **Manual de relaciones públicas e institucionales**, Tecnos, 2014

GONZALEZ HERRERA, A, **Crisis communications management 2.0: Organizational principles to manage crisis in an online world. 1. Organization Development Journal, 28(1), 97.**, 2010

Bibliografía Complementaria

CASTILLO ESPARCIA, A, **La comunicación empresarial en Internet. Revista ICONO14. Revista científica de Comunicación y Tecnologías emergentes, 6(2), 1-18.**, 2014

CARRETON BALLESTER, MC, **La comunicación en la responsabilidad social interna. Revista Organicom, 10(19), 2013**

FERNANDEZ SOUTO, AB, **THE NEED TO STUDY PROTOCOL IN HIGHER EDUCATION STUDIES OF SOCIAL CHARACTER. Revista Negotium, 8(24).**, 2013

FERNANDEZ SOUTO, AB, **Guía de protocolo y usos sociales internacionales, SINTESIS, 2016**

LOSADA DIAZ, JC., **Comunicación en la gestión de crisis, UOC, 2010**

Ulmer, R. R., & Pyle, A. S, **International Organizational Crisis Communication. The Handbook of International Crisis Communication Research, 43, 108.**, 2016

CASAL, JPV, **Manual de negociación y resolución de conflictos: Define objetivos, resuelve incidencias y obtén resultados, PROFIT, 2016**

Matilla, Cuenca, Marca & Oliveira, **Como hacer un plan estratégico de comunicación, Duircom, 2018**

Rodríguez-Fernandez, L, **Retos y perspectivas en la comunicación organizacional, El profesional de la información, EPI, 28.5, 2019**

Aced Cristina, **Relaciones Públicas 2.0. Cómo gestionar la comunicación corporativa en el entorno digital, 2018**

Almansa-Martínez & Fernández Souto, **Professional Public Relations: trends and challenges, El profesional de la información, EPI, 29.3, 2020**

Cuenca, J; Comte, M & Zeler, I, **La estrategia aplicada a las RRPP en el medio digital, REvista Latina de Comunicación social, 2022**

Cuenca, J; Matilla, K y Comte M, **Transformación ditital de los departamentos de RRPP y comunicación de una muestra de empresas españolas, Revista de Comunicación, 2020**

Castillo, A, Carretón, MC y Pineda, P, **Investigación en RRPP, El profesional de la información, 2020**

Recomendaciones

Materias que continúan o temario

Técnicas de relacións públicas/P04G190V01604

Comunicación de crise/P04G190V01904

Relacions públicas e comunicación solidaria/P04G190V01908

Relacións públicas e protocolo/P04G190V01909

Materias que se recomienda ter cursado previamente

Comunicación: Teoría e historia da comunicación/P04G190V01104

Teoría e práctica das relacións públicas/P04G190V01205