



DATOS IDENTIFICATIVOS

Técnicas de relacións públicas

Materia	Técnicas de relacións públicas			
Código	P04G190V01604			
Titulación	Grao en Publicidade e Relacións Públicas			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	6	OB	3	2c
Lingua de impartición	Galego			
Departamento	Comunicación audiovisual e publicidade			
Coordinador/a	Puentes Rivera, Iván			
Profesorado	Bastón Carballo, María Susana Puentes Rivera, Iván			
Correo-e	ivanpuentes@uvigo.es			
Web				
Descrición xeral	As relacións públicas están ao servizo dunha gran variedade de institucións na sociedade. Para lograr os seus obxectivos, estas organizacións deben desenvolver relacións eficaces con públicos ou audiencias moi diferentes. Esta materia pretende que o alumnado teña competencia na elaboración das técnicas que permitan xestionar do mellor xeito posible a imaxe desa entidade cos seus públicos, tanto externos como internos. Ademais, prestará especial atención á utilización das posibilidades que ofrece Internet, as redes sociais e os novos soportes on-line.			

Resultados de Formación e Aprendizaxe

Código	
C12	Destrezas analítico-sintéticas: capacidade e habilidade para establecer a estratexia, planificación e procesos propios da comunicación publicitaria e das relacións públicas.
C14	Destrezas directivas e colaborativas: capacidade e habilidade para responsabilizarse da área de comunicación dunha organización, afrontando a xestión estratéxica dos seus intanxibles, a responsabilidade social corporativa e as relacións con diferentes públicos.
C15	Capacidade para a xestión económica e orzamentaria no ámbito da actividade publicitaria e das relacións públicas.
D1	Competencias interpretativas da comunicación: capacidade de recoñecer implicacións éticas en decisións profesionais.
D3	Competencias colaborativas: capacidade de adaptación aos obxectivos e valores organizativos e de traballo en equipo.
D4	Competencias directivas: capacidade para administrar o tempo, con habilidade para a organización de tarefas.

Resultados previstos na materia

Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe
Identificar, describir e analizar as técnicas, ferramentas e instrumentos de relacións públicas aplicables en diferentes organizacións	C12 C14
Aplicar e desenvolver técnicas que contribúan á mellora da imaxe corporativa e a reputación dunha organización	C14
Aplicar diferentes técnicas de relacións cos diferentes públicos da organización, tanto internos como externos	C14
Diseñar e desenvolver técnicas que contribúan ao cumprimento dos obxectivos do plan de comunicación da organización	C14
Desenvolver a xestión económica e orzamentaria no seu ámbito de actividade, en especial no que se refire a cuestións protocolarias e xestión de eventos	C15
Interpretar e analizar o contorno tecnolóxico e comunicativo, coa finalidade de desenvolver novos instrumentos e ferramentas útiles no desempeño das relacións públicas	D1
Demostrar capacidade de análise, síntese e xuízo crítico	C12

Actuar en liberdade e con responsabilidade, asumindo referentes éticos		D1
Demostrar capacidade para traballar en equipo a través da comunicación oral e escrita	C14	D3
Demostrar capacidade para xestionar o tempo, con habilidade para a organización de tarefas		D4

Contidos

Tema	
Tema 1: Técnicas de organización de eventos	1.1. Plan estratéxico 1.2. Congresos e seminarios 1.3. Feiras 1.4. Tendencias
Tema 2: Técnicas de relacións cos medios de comunicación	2.1. Comunicado de prensa 2.2. Dossier de prensa 2.3. Rolda de prensa 2.4. Viaxes e encontros coa prensa 2.5. Sala de prensa virtual 2.6. Encontros cara a cara 2.7. Outros
Tema 3: Técnicas de Relacións Públicas na rede e contornas dixitais	3.1. Websites 3.2. Correo electrónico 3.3. Redes Sociais 3.4. Video corporativo 3.5. Outros
Tema 4: Técnicas de Relacións Públicas internas	4.1. Técnicas escritas, orais e audiovisuais 4.2. Procedemento de acollida 4.3. Intranet 4.4. Correo electrónico / newsletter 4.5. Enquisa interna 4.6. Boletín interno 4.7. Taboleiro de anuncios 4.8. Caixa de suxestións 4.9. Organización de reunións e outros eventos
Tema 5: Técnicas de Relacións Públicas especializadas	5.1. RSC 5.2. Lobbying 5.3. Think Thanks

Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Lección maxistral	23	46	69
Traballo tutelado	7	14	21
Estudo de casos	6	12	18
Seminario	5	10	15
Debate	4	8	12
Presentación	3	6	9
Exame de preguntas obxectivas	2	4	6

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

Metodoloxía docente

	Descrición
Lección maxistral	Os temas teóricos da materia serán expostos e explicados en sesións de carácter maxistral, aínda que fomentando a participación do alumnado e co apoio de abundantes exemplos e material audiovisual.
Traballo tutelado	Terán carácter individual e en grupo, dado que se ten que fomentar o traballo en equipo, e servirán para poñer en práctica os coñecementos teóricos adquiridos.
Estudo de casos	A análise de exemplos concretos é unha das fórmulas máis demandadas polo alumnado e que os achegan ao exercicio real da súa futura profesión.
Seminario	Centraranse en temas monográficos da materia, que poidan ser estudados cunha maior profundidade en grupos reducidos.
Debate	O alumnado ten que ser capaz de defender, con argumentos e dun xeito convincente, os seus posicionamentos.
Presentación	O alumnado debe aprender a desenvolverse con fluidez á hora de falar en público e expoñer ante o resto da clase os traballos que se vaían realizando.

Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
--------------	------------

Seminario	Os profesores deben facer un seguimento individualizado ao alumnado.
Traballo tutelado	Haberá traballos individuais e, sobre todo, grupais nos que todos os/as integrantes teñen que ter a súa función especificada claramente.
Presentación	Todos os alumnos/as teñen que facer algunha exposición ou presentación pública.
Debate	Hai que garantir que todos os alumnos/as dean a súa opinión sobre os temas que se debatan.
Estudo de casos	Cada alumno/a debe achegar unha solución ao caso que se analice.

Avaliación				
	Descrición	Cualificación	Resultados de Formación e Aprendizaxe	
Traballo tutelado	A avaliación dos coñecementos realizarase mediante un seguimento continuo dos distintos traballos prácticos que se vaian realizando ao longo do curso. Neste apartado están incluídos, especificamente, os traballos feitos fóra da aula e o traballo final da materia.	40	C12 C14 C15	D1 D3 D4
Seminario	Neste apartado están incluídos os estudos de caso, os debates, as presentacións e os traballos feitos na aula.	20	C12 C14 C15	D1 D3 D4
Exame de preguntas obxectivas	O apartado teórico será avaliado cun exame e outras probas sobre os contidos explicados nas sesións maxistras.	40	C12 C14 C15	D1 D4

Outros comentarios sobre a Avaliación

É RESPONSABILIDADE DO ALUMNO OU ALUMNA ESTAR ATENTO Á INFORMACIÓN SUBIDA E RECOMPILAR A INFORMACIÓN ESPECÍFICA E COMPLEMENTARIA QUE SEXA PRECISA PARA SUPERAR A MATERIA.

AVALIACIÓN CONTINUA

a. Proba teórica (40%): Inclúe os temas e contidos vistos na aula, complementados coa bibliografía. O alumno/a deberá presentarse a un exame nas datas que determine o calendario oficial aprobado en Xunta de Facultade. O exame consistirá nun test no que as preguntas terán tres posibles respostas, sumando cada unha das correctas x puntos e restando as erróneas a metade de x; de tal forma que dúas preguntas incorrectas anulan unha correcta. As preguntas non contestadas nin suman nin restan.

Para aprobar a parte teórica débese obter, como mínimo, un 2 sobre 4 puntos.

b. Parte práctica: as clases prácticas son presenciais e obrigatorias. A non asistencia ao 15% das clases prácticas supón a non aprobación desta parte por avaliación continua. Na parte práctica realizaranse:

- **Traballos semanais na aula (20%)** relacionados co tema que, ao mesmo tempo, estea a explicarse nas aulas teóricas. Todos eses traballos serán, á súa vez, pasos previos do traballo final da materia.
- **Traballo final (40%),** que consistirá na organización colectiva dun evento público ao final do semestre. O programa do evento virará ao redor dun tema central que será decido na primeira semana de clase e componse de diversos microeventos a desenvolver nunha mesma xornada, sendo responsable de cada un deles cada un dos grupos de traballo nos que se dividan os catro grupos prácticos da materia.

Os 6 puntos da parte práctica dividiranse do seguinte xeito:

- 4 puntos polo deseño, produción e execución do microevento en cuestión ao longo do curso.
- 2 puntos polo resto de traballos realizados.

Para superar, por tanto, a parte práctica da materia, debe obterse como mínimo, un 3 sobre 6 no conxunto de traballos feitos.

Observacións sobre a avaliación continua:

- Para superar a materia é necesario aprobar as tres partes avaliadas da mesma, acadando a nota mínima indicada para cada unha delas nos puntos anteriores.

- Os docentes valorarán engadir ata un punto na cualificación individual final do alumno/a se a súa asistencia ás clases teóricas foi superior ao 75% e foi participativa.
- En caso de non superar algunha das partes da materia (teoría, traballos en aula e traballo final), a nota final da convocatoria en cuestión será a mínima das notas obtidas nos distintos apartados que son avaliados, nunha escala de 0 a 10.

AVALIACIÓN GLOBAL

- a. Proba Teórica: 40%
- b. Traballos prácticos final: 40%
- c. Traballos en aula: 20%

Para superar a materia é necesario aprobar as tres partes avaliadas da mesma, acadando a nota mínima indicada para cada unha delas nos puntos anteriores.

En caso de non superar algunha das partes da materia (teoría, traballos en aula e traballo final), a nota final da convocatoria en cuestión será a mínima das notas obtidas nos distintos apartados que son avaliados, nunha escala de 0 a 10.

COMENTARIOS SOBRE A AVALIACIÓN

- Os alumnos/as coa materia pendente de cursos anteriores, que non poidan asistir presencialmente por coincidencia co horario doutra materia, deben poñerse en contacto cos profesores no mes de setembro para planificar o desenvolvemento dos traballos.
- A nota de cada unha das partes avaliadas da materia (exame, traballos en aula e traballo final) aprobadas na primeira oportunidade (maio) gardarase, só durante o curso actual, para a segunda oportunidade (xullo), de tal forma que en xullo as persoas que se atopen nesta situación só se examinarán da parte ou partes que suspendesen anteriormente. Se a parte suspensa son os traballos en aula ou o traballo final, os alumnos/as deben poñerse en contacto cos profesores tan pronto como lles sexa comunicada a nota da primeira oportunidade, a fin de que lles marquen con antelación suficiente os traballos a realizar para poder superala.
- Se segue sen superarse a materia na convocatoria extraordinaria de xullo, deberá cursarse na súa totalidade en futuras convocatorias e ano académicos.
- Aquelas persoas que non se examinen na primeira oportunidade e o fagan directamente na segunda, terán que ter, ao igual que o resto de alumnado, presentadas todas as prácticas esixidas durante o curso, tanto o traballo final como as realizadas na aula.
- Non existe itinerario específico para quen non poida asistir ás clases, tendo que cumprir estes estudantes os mesmos requisitos de avaliación da parte teórica e práctica que se lle esixen ao resto de matriculados/as na materia.

Bibliografía. Fontes de información

Bibliografía Básica

Xifra, Jordi, **Manual de Relaciones Públicas e Institucionales**, 3ª, Tecnos, 2017

Xifra, Jordi, **Técnicas de las Relaciones Públicas**, 1ª, UOC, 2007

Wilcox, Dennis L.; Cameron, Glen T. e Xifra, Jordi, **Relaciones Públicas. Estrategias y tácticas**, 10ª, Pearson, 2012

Aced, Cristina, **Relaciones públicas 2.0: cómo gestionar la comunicación corporativa en el entorno digital**, 2ª, UOC, 2019

Castillo Esparcia, Antonio, **Lobby y comunicación: El lobbying como estrategia comunicativa**, 1ª, Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, 2011

Bibliografía Complementaria

Almansa Martínez, Ana, **Del gabinete de prensa al gabinete de comunicación**, 1ª, Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, 2011

Ortega, Oswaldo, **Dinámica de grupos: técnicas de organización de eventos**, 1ª, Ecoe Ediciones, 2016

Baamonde Silva, Xosé Manuel, **A Comunicación no sector feiral: estratexias de organizadores, expositores e visitantes profesionais**, 1ª, Fervenza, 2009

Palencia-Lefler, Manuel, **90 Técnicas de Comunicación y Relaciones Públicas: Manual de Comunicación Corporativa**, 2ª, Bresca Profit, 2011

Leiva Aguilera, Javier, **Gestión de la reputación online**, 1ª, UOC, 2012

- Matilla, Kathy (Coord.), **Casos de estudio de Relaciones Públicas: Espacios de diálogo e impacto mediático**, 1ª, UOC, 2016
-
- Matilla, Kathy (Coord.), **Casos de estudio de Relaciones Públicas. Sociedad conectada: empresas y universidades**, 1ª, UOC, 2016
-
- Moreno Fernández, Ángeles e Fuentes Lara, Cristina M., **Engagement y redes sociales. Análisis bibliométrico desde el ámbito científico de las relaciones públicas**, Trípodos, 45, 49-72, 2019
-
- Cuenca Fontbona, Joan; Matilla, Kathy e Compte Pujol, Marc, **Transformación digital de los departamentos de relaciones públicas y comunicación de una muestra de empresas españolas**, Revista de Comunicación, 19(1), 2020
-
- Castillo Esparcia, Antonio, **Las relaciones públicas internas como factor de gestión empresarial**, Anàlisi, 34, 193-208, 2006
-
- Castillo Esparcia, Antonio; Smolak Lozano, Emilia e Fernández Souto, Ana Belén, **Lobby y comunicación en España. Análisis de su presencia en los diarios de referencia**, Revista Latina de Comunicación Social, 72, 783-802, 2017
-
- Castillo Esparcia, Antonio, **Los think tanks en España. Análisis de sus estrategias de comunicación digitales**, Revista Latina de Comunicación Social, 77, 253-273, 2020
-
- Castillo Esparcia, Antonio; Guerra Heredia, Sergio e Almansa Martínez, Ana, **Comunicación política y think tanks en España. Estrategias con los medios de comunicación**, El Profesional de la Información, 26(4), 706-713, 2017
-
- Estanyol, Elisenda, **Comunicación de la responsabilidad social corporativa (RSC): análisis de las campañas más premiadas en 2018**, El Profesional de la Información, 29(3), 2022
-
- Capriotti, Paul, **Branding corporativo. Gestión estratégica de la identidad corporativa**, Comunicación, 27, 15-22, 2010
-

Recomendaciones

Materias que continúan o temario

- Campañas de imaxe e de relacións públicas/P04G190V01901
- Comunicación de crise/P04G190V01904
- Dirección de comunicación/P04G190V01701
- Relacions públicas e comunicación solidaria/P04G190V01908
- Relacións públicas e protocolo/P04G190V01909
-

Materias que se recomienda cursar simultaneamente

- Técnicas de comunicación electoral e institucional/P04G190V01603
-

Materias que se recomienda ter cursado previamente

- Teoría e práctica das relacións públicas/P04G190V01205
- Comunicación: Imaxe corporativa/P04G190V01303
- Planificación estratéxica das relacións públicas/P04G190V01503
-