



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	Carácter	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	1	2c
Lengua	Castellano			
Impartición	Gallego			
Departamento	Comunicación audiovisual y publicidad			
Coordinador/a	Baamonde Silva, Xosé Manuel			
Profesorado	Baamonde Silva, Xosé Manuel			
Correo-e	xbaamonde@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	
CB4	Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.
CG1	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.
CE1	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.
CE4	Conocimiento teórico y práctico de las estructuras organizativas y de los procesos de la publicidad y de las relaciones públicas.
CE7	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
CT1	Competencias interpretativas de la comunicación: capacidad de reconocer implicaciones éticas en decisiones profesionales.

Resultados de aprendizaje

Resultados de aprendizaje	Competencias
Definir las relaciones públicas e identificar sus características, relaciones e implicaciones.	CG1
Recordar e interpretar la historia de la disciplina y su evolución, profundizando en las diferentes corrientes y perspectivas de estudio.	CE1
Identificar y describir las funciones y herramientas de las relaciones públicas, así como las distintas fases de sus procesos.	CE4
Identificar y analizar los sujetos que intervienen en la actividad de las relaciones públicas, reconociendo los roles profesionales de la disciplina y sus particularidades.	CE4
Identificar y aplicar los referentes éticos y legales por los que se rige la práctica profesional de la disciplina.	CE7 CT1
Manejar adecuadamente el lenguaje propio de la disciplina	CB4 CG1

Reconocer implicaciones éticas en supuestos sobre decisiones profesionales.	CT1
Demostrar capacidad de comunicación oral y escrita	CB4

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	Competencias Evaluadas

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 los primeros días del curso.	20	CB4 CG1 CE7 CT1
Trabajo tutelado	Los alumnos deberán entregar en tiempo y forma los trabajos tutelados, que se desarrollarán preferentemente de forma grupal.	30	CB4
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	CE1 CE4 CE7

Otros comentarios sobre la Evaluación

REQUISITOS PARA SUPERAR La MATERIA

El alumno tendrá que aprobar cada uno de los apartados, teórico y práctico, para superar la materia y hacer la nota media final.

En caso de suspender uno de los dos, con independencia de la nota en el otro, suspenderá la materia.

Los alumnos que se presenten al examen de julio también tendrán que tener presentadas las prácticas exigidas durante el 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