



DATOS IDENTIFICATIVOS

Técnicas de relaciones públicas

Asignatura	Técnicas de relaciones públicas			
Código	P04G190V01604			
Titulación	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	3	2c
Lengua Impartición	Gallego			
Departamento	Comunicación audiovisual y publicidad			
Coordinador/a	Puentes Rivera, Iván			
Profesorado	Bastón Carballo, María Susana Puentes Rivera, Iván			
Correo-e	ivanpuentes@uvigo.es			
Web				
Descripción general	Las relaciones públicas están al servicio de una gran variedad de instituciones en la sociedad. Para lograr sus objetivos, estas organizaciones deben desarrollar relaciones eficaces con públicos o audiencias muy diferentes. Esta materia pretende que el alumnado tenga competencia en la elaboración de las técnicas que permiten gestionar de la mejor manera posible la imagen de esa entidad con sus públicos, tanto externos como internos. Además, prestará especial atención a la utilización de las posibilidades que ofrece Internet, las redes sociales y los nuevos soportes online.			

Resultados de Formación y Aprendizaje

Código	
C12	Destrezas analítico-sintéticas: capacidad y habilidad para establecer la estrategia, planificación y procesos propios de la comunicación publicitaria y de las relaciones públicas.
C14	Destrezas directivas y colaborativas: capacidad y habilidad para responsabilizarse del área de comunicación de una organización, afrontando la gestión estratégica de sus intangibles, la responsabilidad social corporativa y las relaciones con diferentes públicos.
C15	Capacidad para la gestión económica y presupuestaria en el ámbito de la actividad publicitaria y de las relaciones públicas.
D1	Competencias interpretativas de la comunicación: capacidad de reconocer implicaciones éticas en decisiones profesionales.
D3	Competencias colaborativas: capacidad de adaptación a los objetivos y valores organizacionales y de trabajo en equipo
D4	Competencias directivas: capacidad para gestionar el tiempo, con habilidad para la organización de tareas.

Resultados previstos en la materia

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
Identificar, describir y analizar las técnicas, herramientas e instrumentos de relaciones públicas aplicables en diferentes organizaciones	C12 C14
Aplicar y desarrollar técnicas que contribuyan a la mejora de la imagen corporativa y la reputación de una organización	C14
Aplicar diferentes técnicas de relaciones con los diferentes públicos de la organización, tanto internos como externos	C14
Diseñar y desarrollar técnicas que contribuyan al cumplimiento de los objetivos del plan de comunicación de la organización	C14
Desarrollar la gestión económica y presupuestaria en su ámbito de actividad, en especial en lo que se refiere a cuestiones protocolarias y gestión de eventos	C15

Interpretar y analizar el entorno tecnológico y comunicativo, con la finalidad de desarrollar nuevos instrumentos y herramientas útiles en el desempeño de las relaciones públicas		D1
Demostrar capacidad de análisis, síntesis y juicio crítico	C12	
Actuar en libertad y con responsabilidad, asumiendo referentes éticos		D1
Demostrar capacidad para trabajar en equipo a través de la comunicación oral y escritura	C14	D3
Demostrar capacidad para gestionar el tiempo, con habilidad para la organización de tareas		D4

Contenidos

Tema		
Tema 1: Técnicas de organización de eventos	1.1. Plan estratégico 1.2. Congresos y seminarios 1.3. Ferias 1.4. Tendencias	
Tema 2: Técnicas de relaciones con los medios de comunicación	2.1. Comunicado de prensa 2.2. Dossier de prensa 2.3. Rueda de prensa 2.4. Viajes y encuentros con la prensa 2.5. Sala de prensa virtual 2.6. Encuentros vis a vis 2.7. Otros	
Tema 3: Técnicas de Relaciones Públicas en la red y entornos digitales	3.1. Websites 3.2. Correo electrónico 3.3. Redes Sociales 3.4. Video corporativo 3.5. Otros	
Tema 4: Técnicas de Relaciones Públicas internas	4.1. Técnicas escritas, orales y audiovisuales 4.2. Procedimiento de acogida 4.3. Intranet 4.4. Correo electrónico / newsletter 4.5. Encuesta interna 4.6. Boletín interno 4.7. Tablón de anuncios 4.8. Buzón de sugerencias 4.9. Organización de reuniones y otros eventos	
Tema 5: Técnicas de Relaciones Públicas especializadas	5.1. RSC 5.2. Lobbying 5.3. Think Thanks	

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Lección magistral	23	46	69
Trabajo tutelado	7	14	21
Estudio de casos	6	12	18
Seminario	5	10	15
Debate	4	8	12
Presentación	3	6	9
Examen de preguntas objetivas	2	4	6

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

Metodologías

	Descripción
Lección magistral	Los temas teóricos de la materia serán expuestos y explicados en sesiones de carácter magistral, aunque fomentando la participación del alumnado y con el apoyo de abundantes ejemplos y material audiovisual.
Trabajo tutelado	Tendrán carácter individual y en grupo, dado que se tiene que fomentar el trabajo en equipo, y servirán para poner en práctica los conocimientos teóricos adquiridos.
Estudio de casos	El análisis de ejemplos concretos es una de las fórmulas más demandadas por el alumnado y que lo acercan al ejercicio real de su futura profesión.
Seminario	Se centrarán en temas monográficos de la materia, que puedan ser estudiados con una mayor profundidad en grupos reducidos.
Debate	El alumnado tiene que ser capaz de defender, con argumentos y de una manera convincente, sus posicionamientos.
Presentación	El alumnado debe aprender a desarrollarse con fluidez a la hora de hablar en público y exponer ante lo resto de la clase los trabajos que se realicen.

Atención personalizada	
Metodologías	Descripción
Seminario	Los profesores deben hacer un seguimiento individualizado al alumnado.
Trabajo tutelado	Habrán trabajos individuales y, fundamentalmente, grupales en los que todos los/as integrantes tienen que tener su función especificada claramente.
Presentación	Todos los alumnos/as tienen que hacer alguna exposición o presentación pública.
Debate	Hay que garantizar que todos los alumnos/as den su opinión sobre los temas que se debatan.
Estudio de casos	Cada alumno/a debe aportar una solución al caso que se analice.

Evaluación				
	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje	
Trabajo tutelado	La evaluación de los conocimientos se realizará mediante un seguimiento continuo de los distintos trabajos prácticos que se vayan realizando a lo largo del curso. En este apartado están incluidos, específicamente, los trabajos hechos fuera del aula y el trabajo final de la materia.	40	C12 C14 C15	D1 D3 D4
Seminario	En este apartado están incluidos los estudios de caso, los debates, las presentaciones y los trabajos hechos en el aula.	20	C12 C14 C15	D1 D3 D4
Examen de preguntas objetivas	El apartado teórico será evaluado con un examen y otras pruebas sobre los contenidos explicados en las sesiones magistrales.	40	C12 C14 C15	D1 D4

Otros comentarios sobre la Evaluación

IT IS THE RESPONSIBILITY OF THE STUDENT TO BE ATTENTIVE TO THE UPLOADED INFORMATION AND TO COLLECT THE SPECIFIC AND COMPLEMENTARY INFORMATION THAT IS NECESSARY TO PASS THE SUBJECT.

CONTINUOUS ASSESSMENT

a. Theoretical test (40%): Includes the topics and contents seen in the classroom, complemented by the bibliography. The student must take an exam on the dates determined by the official calendar approved by the Faculty Board. The exam will consist of a test in which the questions will have three possible answers, each of the correct ones adding x points and the wrong ones subtracting half of x; in such a way that two incorrect questions cancel one correct one. Unanswered questions do not add or subtract.

To pass the theoretical part, a minimum of 2 out of 4 points must be obtained.

b. Practical part: the practical classes are face-to-face and compulsory. Non-attendance at 15% of the practical classes implies non-approval of this part by continuous evaluation. In the practical part, the following will be carried out:

- Weekly work in the classroom (20%) related to the topic that, at the same time, is being explained in the theoretical classes. All these works will be, in turn, previous steps of the final work of the subject.
- Final project (40%), which will consist of the collective organization of a public event at the end of the semester. The event program will revolve around a central theme that will be decided in the first week of class and will be made up of various micro-events to be developed in the same day, with each one of the working groups in which they will be responsible. Divide the four practical groups of matter.

The 6 points of the practical part will be divided as follows:

- 4 points for the design, production and execution of the micro-event in question throughout the course.
- 2 points for the rest of the work done.

To overcome, therefore, the practical part of the subject, a minimum of 3 out of 6 must be obtained in the set of works done.

Observations on the continuous evaluation:

- To pass the subject, it is necessary to pass the three evaluable parts of it, reaching the minimum grade indicated for each of them in the previous points.
- Teachers will value adding up to one point in the student's final individual qualification if her attendance at theoretical classes was higher than 75% and was participatory.
- In case of not passing any of the parts of the subject (theory, classroom work and final work), the final mark of the call in question will be the minimum of the marks obtained in the different sections that are evaluated, on a scale of 0 to 10.

OVERALL EVALUATION

- a. Theoretical Test: 40%
- b. Final practical work: 40%
- c. Classwork: 20%

To pass the subject, it is necessary to pass the three evaluable parts of it, reaching the minimum grade indicated for each of them in the previous points.

In case of not passing any of the parts of the subject (theory, classroom work and final work), the final mark of the call in question will be the minimum of the marks obtained in the different sections that are evaluated, on a scale of 0 to 10.

COMMENTS ON THE EVALUATION

- Students with a pending subject from previous courses, who cannot attend in person due to the timetable for another subject, should contact the teachers in September to plan the development of the work.
- The mark of each of the evaluable parts of the subject (exam, classroom work and final work) approved in the first opportunity (May) will be saved, only during the current course, for the second opportunity (July), in such a way that in July the people who are in this situation will only be examined in the part or parts that they previously failed. If the failed part is the classroom assignments or the final assignment, the students must contact the teachers as soon as they are notified of the grade for the first opportunity, so that they mark the assignments sufficiently in advance. do in order to overcome it.
- If the subject is still not passed in the extraordinary session in July, it must be completed in future sessions and academic year.
- Those people who do not take the exam in the first opportunity and do it directly in the second, will have to have, like the rest of the students, presented all the practices required during the course, both the final work and those carried out in the classroom.
- There is no specific itinerary for those who cannot attend classes, these students having to meet the same evaluation requirements of the theoretical and practical part that are required of the rest of those enrolled in the subject.

Fuentes 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

Asignaturas que continúan el temario

Campañas de imagen y de relaciones públicas/P04G190V01901

Comunicación de crisis/P04G190V01904

Dirección de comunicación/P04G190V01701

Relaciones públicas y comunicación solidaria/P04G190V01908

Relaciones públicas y protocolo/P04G190V01909

Asignaturas que se recomienda cursar simultáneamente

Técnicas de comunicación electoral e institucional/P04G190V01603

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Teoría y práctica de las relaciones públicas/P04G190V01205

Comunicación: Imagen corporativa/P04G190V01303

Planificación estratégica de las relaciones públicas/P04G190V01503