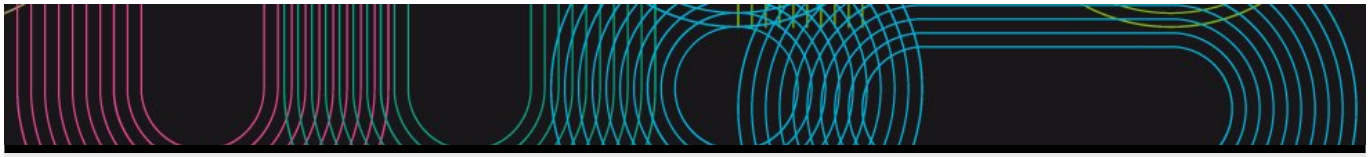

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Planificación estratégica de las relaciones públicas				
Asignatura	Planificación estratégica de las relaciones públicas			
Código	P04G190V01503			
Titulacion	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	3	1c
Lengua Impartición	Castellano Gallego			
Departamento	Comunicación audiovisual y publicidad			
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			
Descripción general	Introducción a la materia, el proceso de programación, la comunicación de crisis, los departamentos de RRPP, protocolo, Relaciones Públicas Internacionales, relaciones con los medios de comunicación, soportes de RRPP, Public affairs.			

Resultados de Formación y Aprendizaje	
Código	
A3	Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.
C4	Conocimiento teórico y práctico de las estructuras organizativas y de los procesos de la publicidad y de las relaciones públicas.
C8	Conocimiento de las perspectivas y metodologías de investigación de los agentes, entornos y procesos implicados en la comunicación y, específicamente, en la publicidad y las relaciones públicas.
C9	Conocimiento de las estrategias de comunicación y su desarrollo creativo, aplicables en todo tipo de organizaciones, así como de las metodologías necesarias para su análisis, auditoría y evaluación.
D1	Competencias interpretativas de la comunicación: capacidad de reconocer implicaciones éticas en decisiones profesionales.
D4	Competencias directivas: capacidad para gestionar el tiempo, con habilidad para la organización de tareas.
D5	Competencias directivas: capacidad de asumir el liderazgo en proyectos, gestionándolos eficientemente y asumiendo compromisos de responsabilidad social
D6	Competencias directivas: preparación para asumir el riesgo en la toma de decisiones.

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje		
Identificar, describir y analizar los modelos de planificación de las relaciones públicas y los mecanismos de creación de estrategias de comunicación aplicables en las empresas e instituciones públicas y privadas		C4 C9	
Seleccionar las metodologías necesarias para analizar y evaluar las estrategias de relaciones públicas implementadas en una organización		C8	
Definir las técnicas de investigación necesarias para poder realizar una correcta planificación estratégica de relaciones públicas	A3	C8	
Identificar, valorar, gestionar y aprovechar estratégicamente los activos intangibles de la organización	A3	C9	D6
Diseñar estrategias comunicativas basadas en los conceptos de imagen corporativa y reputación de la organización		C9	

Identificar a los distintos públicos de la organización y planificar estrategias en función del peso que puedan tener en la opinión pública		C8 C9	D1
Planificar estratégicamente la gestión de conflictos potenciales, la comunicación de crisis y la responsabilidad social corporativa de la organización	A3	C9	D1
Adaptar la planificación estratégica de relaciones públicas a los objetivos organizacionales			D5 D6
Asumir el liderazgo de los proyectos, gestionándolos eficientemente y asumiendo los principios de la responsabilidad social			D4 D5
Interpretar y analizar el entorno económico, político, socio-cultural, tecnológico y comunicativo	A3		
Aceptar el riesgo en la toma de decisiones sobre planificación estratégica de relaciones públicas			D6

Contenidos

Tema	
Tema 1. El proceso de programación de RRPP	Tema 1. Fases del proceso de programación -Investigación -Planificación -Ejecución -Evaluación
Tema 5. Gestión de conflictos potenciales	Tema 5. Comunicación y gestión de crisis. Modelos de actuación
Tema 2. RRPP personales	Tema 2. Comunicación no verbal y comunicación verbal. La imagen pública
Tema 3. RRPP internacionales	Tema 3. Modelos de negociación internacional. Comunicación intercultural
Tema 4. Protocolo y ceremonial	Tema 4. Legislación y normativas. Aplicación
Tema 6. Comunicación organizacional	Tema 6. Comunicación organizacional. Flujos de comunicación institucional y empresarial

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Trabajo tutelado	8	10	18
Seminario	9	30	39
Presentación	8	30	38
Lección magistral	24	24	48
Resolución de problemas y/o ejercicios	1	6	7

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

Metodologías

	Descripción
Trabajo tutelado	Trabajos que se desarrollan en grupo bajo la supervisión de la profesora sobre contenidos teóricos de la materia.
Seminario	Trabajos esporádicos y puntuales sobre temas de actualidad relacionados con los contenidos de la materia.
Presentación	Exposición pública de los contenidos teóricos y prácticos de la materia.
Lección magistral	Desarrollo de los contenidos teóricos por parte del docente

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Lección magistral	Durante las sesiones, la docente atenderá a los estudiantes con sus dudas, que también podrán ser resueltas en horario de tutorías.
Trabajo tutelado	El docente supervisa y les da las herramientas teóricas para desarrollar los trabajos de aula. Las dudas derivadas de la elaboración de estos trabajos también se pueden completar con las horas de tutoría del docente.
Seminario	Durante las sesiones, la docente atenderá a los estudiantes con sus dudas, que también podrán ser resueltas en el horario de tutorías.

Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje		
Trabajo tutelado	Pruebas de evaluación de la adquisición de los contenidos teóricos y aplicados a casos concreto de estudio	40	A3	C4 C8 C9	D1 D4 D5 D6

Seminario	Actividades enfocadas al trabajo sobre un tema específico, que permiten ahondar o complementar los contenidos de la materia. Se pueden emplear cómo complemento de las clases teóricas.	20	A3	C4 C8 C9	D1 D4 D5 D6
Resolución de problemas y/o ejercicios	Pruebas para evaliación de las competencias adquiridas que incluyen preguntas directas sobre un aspecto concreto. Los alumnos deben responder de manera directa y breve en base a los conocimientos que tienen sobre la materia.	40	A3	C4 C9	D1

Otros comentarios sobre la Evaluación

Los alumnos con la materia pendiente de otros años, que no pueden asistir presencialmente por coincidencia con el horario de otra materia, deben ponerse en contacto con la docente en el mes de septiembre para planificar el desarrollo de los trabajos.

ES RESPONSABILIDAD DEL ALUMNO O ALUMNA ESTAR ATENTO A LA INFORMACIÓN SUBIDA Y RECOPILAR LA INFORMACIÓN ESPECÍFICA Y COMPLEMENTARIA QUE SEA PRECISA PARA SUPERAR LA MATERIA.

EVALUACIÓN CONTINUA:

- Prueba teórica (40%): Incluye los temas y contenidos vistos en el aula, complementados con la bibliografía. El alumno deberá presentarse a un examen en las fechas del calendario oficial aprobado en Junta de Facultad.

Para aprobar la teoría debe obtenerse, como mínimo, un 5 sobre 10.

- Prácticas (40%): las clases prácticas son presenciales y obligatorias. La no asistencia al 15% de las clases prácticas supone la no aprobación de dicha parte por evaluación continua.

Para aprobar las prácticas debe obtenerse en ellas, como mínimo, un 5 sobre 10.

- Seminarios

(20%)

: Trabajos grupales sobre un tema concreto explicado en el aula. La asistencia a la presentación de los contenidos de los seminarios también es presencial y obligatoria para todos los miembros del grupo.

Para aprobar los seminarios debe obtenerse, como mínimo, un 5 sobre 10.

Observaciones sobre la Evaluación continua:

Para superar la materia es necesario aprobar todas las partes de la misma (obtener al menos 5 puntos sobre 10 en cada una de ellas), que serán ponderadas de la forma establecida para obtener la nota final.

El docente valorará añadir hasta un punto en la puntuación individual final del alumno si su asistencia a las clases teóricas fue superior al 75%.

En caso de no superar alguna de las partes de la materia (teoría, prácticas y seminarios), la nota final en esta convocatoria será la mínima de las notas obtenidas en los distintos apartados que son evaluados, valorados cada uno de ellos en una escala de 0 a 10.

EVALUACIÓN GLOBAL:

- **Prueba Teórica: 40%**

- **Trabajos prácticos individualizados: 40%**

- Seminarios: 20%.

Para superar la materia es necesario aprobar todas las partes de la misma (obtener al menos 5 puntos sobre 10 en cada una de ellas), que serán ponderadas de la forma establecida para obtener la nota final. En caso de no superar alguna de las partes de la materia, la nota final en esta convocatoria será la mínima de las notas obtenidas en los distintos apartados que son evaluados, valorados cada uno de ellos en una escala de 0 a 10.

Fuentes 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 dititál 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

Asignaturas que continúan el temario

Técnicas de relaciones públicas/P04G190V01604
Comunicación de crisis/P04G190V01904
Relaciones públicas y comunicación solidaria/P04G190V01908
Relaciones públicas y protocolo/P04G190V01909

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Comunicación: Teoría e historia de la comunicación/P04G190V01104
Teoría y práctica de las relaciones públicas/P04G190V01205