



**Nebrija**  
*Universidad*

**Grado en Publicidad**

PUB104

**PRINCIPIO DE LAS  
RELACIONES PÚBLICAS**

**Asignatura:** PUB104 Principio de las Relaciones Públicas .....

**Formación:** Básica.....

**Créditos:** 6.0.....

**Curso:** primero.....

**Semestre:** 2S.....

**Grupo:** 1PU.....

**Profesor:** Dña. Marta del Rio Caballero .....

**Curso académico:** 2011-2012

## 1. REQUISITOS PREVIOS

Ninguno.

## 2. BREVE DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS

Estudio de los procesos, estructuras y fundamentos de las RR.PP.

## 3. COMPETENCIAS QUE ADQUIERE EL ESTUDIANTE Y RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

### Competencias:

- Manejar la terminología básica de las RR.PP.
- Conocer y comprender en el ámbito de las RR.PP, los procesos y sus agentes.
- Aplicar algunos de los métodos básicos de las RR.PP, en el estudio de casos reales.
- Conocer las tendencias actuales en el ámbito de las RR.PP.

### Resultados de aprendizaje:

- Comprensión de conceptos fundamentales relacionados con la gestión estratégica de la imagen corporativa y las RR.PP.
- Realización de ensayos para el estudio de la ejecución de las diferentes técnicas, en función de las necesidades comunicativas de las organizaciones.
- Profesionalidad de a la hora de establecer los contactos con los diferentes públicos, internos y externos.
- Realización de trabajos de profundización y síntesis a partir de la búsqueda en las fuentes bibliográficas fundamentales para el dominio de las RR.PP.

## 4. ACTIVIDADES FORMATIVAS Y METODOLOGÍA

- Clases de teoría : 0,9 ECTS (2,7 ECTS) (15%). Lección magistral
- Clases prácticas: 1,5 ECTS (4,5 ECTS) (25%). Basadas en el trabajo de análisis y resolución de casos y supuestos prácticos. Trabajo personal: 2,4 ECTS (7,2 ECTS) (40%).
- Tutorías: 0,6 ECTS (1,8 ECTS) (10%). Se realizarán tutorías individuales y conjuntas donde se supervisarán los trabajos que se estén llevando a cabo en la asignatura y se pondrán en claro algunos contenidos y competencias que necesiten ser esclarecidos
- Evaluación: 0,6 (1,8 ECTS) (10%).

## 5. SISTEMA DE EVALUACIÓN

### 5.1 Convocatoria Ordinaria:

<b>5.1.1 Participación:</b>	10%
<b>5.1.2 Examen parcial:</b>	15%
<b>5.1.3 Examen final:</b>	50%
<b>5.1.4 Actividades académicas dirigidas Trabajos, casos y ejercicios</b>	25%

### 5.2 Convocatoria Extraordinaria:

**5.2.1** El examen final de la convocatoria extraordinaria tiene una valoración porcentual del 65%.

**5.2.2** La calificación de los trabajos obtenida en convocatoria ordinaria se aplica a la convocatoria extraordinaria con ponderación de un 25 %. El alumno ha de presentar de nuevo los trabajos si los suspendió en convocatoria ordinaria o si los aprobó pero desea superar la calificación anterior.

**5.2.3.** El 10% correspondiente a participación se pierde en la convocatoria extraordinaria.

### 5.3. Restricciones

El alumno que injustificadamente deje de asistir a más de un 25% de las clases presenciales, podrá verse privado del derecho a examinarse en la convocatoria ordinaria. Para poder hacer la suma ponderada de las calificaciones anteriores, es necesario obtener al menos un cinco en el examen final correspondiente. El alumno con nota inferior se considerara suspenso.

#### **Advertencias sobre plagios**

La Facultad de Ciencias de la Comunicación no tolerará en ningún caso el plagio o copia. Se considerará plagio la reproducción de párrafos a partir de textos de auditoría distinta a la del estudiante (Internet, libros, artículos, trabajos de compañeros...), cuando no se cite la fuente original de la que provienen.

En caso de detectarse este tipo de prácticas la sanción consistirá en el suspenso de la asignatura en la convocatoria correspondiente.

## 6. BIBLIOGRAFÍA

### Bibliografía básica

BARQUERO, J., BARQUERO, M (2007): *El libro de oro de las Relaciones Públicas*. Gestión 2000, 4ª edición. Barcelona

WILCOX, D., CAMERON, G. Y XIFRA, J. (2006): *Relaciones Públicas. Estrategias y Tácticas*. Pearson Educación, 8ª edición (también válida la edición anterior del año 2000). Madrid

BARQUERO, J., FERNANDEZ, F (2006): *Los secretos del protocolo, las relaciones públicas y la publicidad*. Lex Nova.

SEITEL, P. (2002): *Teoría y Práctica de las Relaciones Públicas*. , Prentice Hall, 8ª Edición.

GRUNIG, J. y HUNT, T. (2002): *Dirección de Relaciones Públicas*. Gestión 2000 (también válida la edición del año 1984).

XIFRÁ, J. (2005): *Planificación Estratégica de las Relaciones Públicas*. Paidós.

### Bibliografía complementaria

GRUNIG, J. y HUNT, T. (2002): *Dirección de Relaciones Públicas*. Gestión 2000. Madrid. (También válida la edición del año 1984).

ARCEO, J. L. (2003): *Organización, medios y técnicas de las relaciones pública*. Ed., ICIE. Madrid.

ARCEO, J. L. (2004): *Las Relaciones Públicas en España*, Ed. McGraw-Hill.

CUTLIP, S. y CENTER, A. (2001): *Relaciones Públicas Eficaces*. Barcelona, Gestión 2000.

LOSADA, J.C. (2004): *Gestión de la Comunicación en las Organizaciones*. Ariel.

PAVLIK, J (1999): *La Investigación en Relaciones Públicas*., Ediciones 2000.com.

PÉREZ, R.A. (2001): *Estrategias de comunicación*. Ariel Comunicación.

XIFRÁ, J. (2005): *Planificación Estratégica de las Relaciones Públicas*. Paidós.

DOSSIER, D. GRUNIG, J. y GRUNIG, L. (1995): *Manage's guide to excellence in public relations and communication management*. Mahwah, Lawrence Erlbaum.

SOLANO FLETA, L. (1995): *Fundamentos de las Relaciones Públicas...* Síntesis.

ARCEO, J. L. (1998): *Fundamentos para la teoría y técnica de las Relaciones Públicas*. Promociones y Publicaciones Universitarias.

## 7. BREVE CURRÍCULUM DEL PROFESOR

Doctorando en comunicación y marketing

MBA por el Instituto de Empresa

Licenciada en Derecho- Económico por la universidad de Deusto.

He trabajado como Jefe de Marketing y Comunicación de La Gaceta de los Negocios.

En la actualidad dirijo una agencia de comunicación en Madrid: "Strategycomm"

## 8. LOCALIZACIÓN DEL PROFESOR

Edificio Zamora Vicente. Previa petición de hora al profesor al finalizar la clase o en la Secretaría de la Facultad de Ciencias de la Comunicación.

Email: mrio@nebrija.es

Tutorías: consultar el horario de tutorías en el tablón de anuncios de la Facultad de Ciencias de la Comunicación.

## 9. CONTENIDO DETALLADO DE LA ASIGNATURA

**GRADO:** Publicidad.....

**ASIGNATURA:** PUB104 Principio de las Relaciones Públicas.....

**CURSO:** Primero ..... **SEMESTRE:** 2S ..... **CRÉDITOS ECTS:** 6

Semana	Sesión	Sesiones de Teoría, Práctica y Evaluación continua	Estudio individual y trabajos prácticos del alumno	Horas Presenciales	Horas/Semana Estudio teórico/práctico y trabajo. Máx. 7 horas semanales como media
1	1	Presentación de la asignatura. Objetivos, programa y metodología de trabajo. ➤ Martes 14/02/12		1hr30	
1	2	<b>Concepto y ámbito de las RR.PP.</b> Definición, funciones, organigrama, y diferencia con otras técnicas de comunicación. ➤ Jueves 16/02/12	Todos individualmente: Lectura de periódicos para la búsqueda y análisis de casos reales de distintas herramientas de RR.PP.	1hr30	
2	3	<b>Perfil del profesional de las RR.PP.</b> Características deseadas. Asociaciones representativas. Agencias de comunicación. ➤ Martes 21/02/12	Todos individualmente: Comentario de artículos y estudios publicados.  <i>Briefing actividad 1</i>	1hr30	
2	4	<b>Públicos de interés. Comunicación externa e interna</b> Clasificación. Canales y herramientas de comunicación. ➤ Jueves 23/02/12	<u>Actividad 1: Grupo</u> Investigación y análisis de una agencia de comunicación.	1hr30	
2	5	<b>Los medios de comunicación</b> Agencias de comunicación, prensa escrita, radio, televisión. Funcionamiento de las redacciones. Géneros periodísticos. ➤ Viernes, 24/02/12	Todos individualmente: Lectura de periódicos para análisis de los géneros periodísticos.	1hr30	
3	6	<b>El gabinete de prensa.</b> Gestión de las relaciones con los medios de comunicación ➤ Martes 28/02/12	Enfoque práctico con ejemplos reales.	1hr30	
3	7	<b>Técnicas de RR.PP.</b> El arte de generar noticias. jueves 01/03/11	Todos individualmente: Análisis de casos de distintas herramientas de RR.PP.	1hr30	
4	8	<b>Los eventos como herramienta de las RR.PP. I.</b> Cómo generar noticias. Claves y casos. Martes 06/03/12	Todos individualmente: Análisis de casos	1hr30	
4	9	<b>Los eventos como herramienta de las RR.PP. II</b> Casos prácticos Jueves, 08/03/11	<u>Actividad 2: Individual</u> Elaboración y diseño de una invitación.	1hr30	
4	10	<b>Comunicación Interna I.</b> Conceptos básicos, canales, herramientas y casos. martes, 13/03/12	Todos: Análisis de casos reales y de las técnicas aplicadas.	1hr30	
5	11	<b>Comunicación Interna II.</b> Acciones de comunicación interna. ➤ Jueves, 15/03/12	Todos: Análisis de casos reales y de las técnicas aplicadas. <i>Briefing actividad 8</i>	1hr30	

5	12	<b>Evaluación Parcial.</b> <i>Jueves, 17/03/11</i>		1hr30	
6	13	<b>La principal herramienta de las RR.PP. La nota de prensa I.</b> Estructura y tipologías. <i>Martes 20/03/12</i>	Todos en grupos: Análisis de notas de prensa.  <i>Briefing para actividad 4</i>	1hr30	
6	14	La nota de prensa II. Cómo, cuándo y a quién enviar una nota. <i>Jueves, 22/03/12</i>		1hr30	
6	15	La nota de prensa III. Errores habituales en los contenidos. <i>viernes23/03/12</i>	<u>Actividad 4: Individual</u> Redacción de nota de prensa.	1hr30	
7	16	<b>Otras herramientas de las RR.PP. I.</b> Dossier de prensa, conferencia de prensa y viajes de prensa. <i>martes 27/03/12</i>	Todos en grupos: Análisis de dossiers de prensa: contenidos y tipologías.	1hr30	
7	17	Otras herramientas de las RR.PP. II. Vídeos corporativos, vídeo-comunicados y otros. <i>jueves, 29/03/12</i>	Todos individualmente: Análisis de casos. <u>Actividad 5: Individual</u> Redacción de nota de prensa.	1hr30	
8	18	Otras herramientas de las RR.PP. III. Elaboración de los mensajes clave y el argumentario. Labores editoriales: memorias, folletos corporativos, newsletters. <i>martes, 03/04/12</i>	Todos individualmente: Análisis de ejemplos.	1hr30	
8	19	<b>Formación de portavoces I.</b> Comunicación verbal y no verbal. Redacción de un discurso. <i>jueves, 05/4/12</i>	Todos individualmente: Análisis de intervenciones y oradores. Briefing actividad 6	1hr30	
9	20	<b>Evaluación de las acciones de RR.PP.</b> Fuentes, contenido, análisis y valoración de las noticias. <i>martes, 10/04/12</i>	Todos individualmente: Análisis de ejemplos de <i>press clipping</i> . <u>Actividad 6 individual</u> Redacción y exposición de un discurso	1hr30	
9	21	<b>Plan de Comunicación I: objetivos y estrategia de comunicación</b> <i>jueves, 12/04/12</i>	Todos individualmente: Análisis de casos.	1hr30	
10	22	<b>I proceso de las relaciones públicas (RACE). Pasos a seguir en un plan de relaciones públicas. Briefing</b> <i>Martes, 24/04/12</i>	Todos individualmente: <i>Brainstorming</i> de acciones de comunicación. <i>Briefing</i> actividad 7	1hr30	
10	23	<b>La investigación en relaciones públicas.</b> Las principales técnicas de investigación que se aplican en las relaciones públicas. <i>Jueves, 29/04/11</i>	<u>Actividad 7: Grupo</u> Presentación del plan de comunicación.	1hr30	
11	24	<b>La Planificación.</b> Públicos, objetivos y estrategias. Cómo identificar y clasificar a los públicos. Cómo definir los objetivos. Cómo fijar y plasmar las estrategias. <i>Martes, 01/05/12</i>	Todos: Análisis de casos reales y de las técnicas aplicadas.	1hr30	
11	25	La La Comunicación y Evaluación en un programa de relaciones públicas., cuándo el mensaje llega al público objetivo. ➤ <i>Jueves, 03/05/12</i>	Todos: Análisis de casos reales y de las técnicas aplicadas. <i>Briefing</i> actividad 8	1hr30	
12	26	<b>Briefing trabajo final.</b> <i>martes,8/05/12</i>	<i>Briefing</i> trabajo final	1hr30	
12	27	Presentación de trabajos. <i>Jueves, 10/05/12</i>	<u>Actividad 8: Grupo</u> Presentación del plan de comunicación.	1hr30	



13	28	Presentación de trabajos. <i>MMartes, 15/05/12</i>	<u>Actividad 8: Grupo</u> Presentación del plan de comunicación.	1hr30	
13	29	Preparación del examen final <i>JJueves, 17/05/12</i>	Preparación del examen final	1hr30	
14 a 15		<b>Evaluación Final Ordinaria</b>		3hr	
16 a 18		<b>Evaluación Final Extraordinaria</b>		3hr	
1 a 18		<b>Tutorías</b>		7hr 30	
TOTAL				<b>57hr +</b>	