



PUB 130
**Formación de
portavoces y
relaciones
institucionales**
2020-21



UNIVERSIDAD
NEBRIJA

Asignatura: PUB130 Formación de portavoces y Relaciones Institucionales

Carácter: Optativa

Idioma: Castellano

Modalidad: Presencial

Curso Académico: 2020-21

Créditos: 6

Curso: Tercero

Semestre: Primero

Grupo: 3PURRPP 3PURRPPMCC

Profesores/Equipo Docente: Dr. D. Francisco José Suárez Rodríguez

1. REQUISITOS PREVIOS

Ninguno

2. BREVE DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS

Conocimiento y técnicas necesarias para el asesoramiento o realización de las funciones de un portavoz de cualquier organización así como en el estudio y la comprensión del protocolo y relaciones institucionales en organismos públicos y privados.

3. RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

Competencias:

- Conocer y comprender las normas y técnicas protocolarias y las relaciones institucionales de organizaciones públicas y privadas con el fin de formar portavoces de comunicación institucionales.
- Aplicar las técnicas y funciones propias de un portavoz de cualquier organización.
- Demostrar el correcto uso del lenguaje oral y escrito en la lengua española.
- Aplicar los conocimientos teóricos a la comprensión de la realidad y a la resolución de problemas específicos del área de conocimiento de las Ciencias Sociales, especialmente en el ámbito de la Comunicación.
- Transmitir información, problemas, ideas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado en el ámbito de la Comunicación.
- Demostrar la capacidad para trabajar en equipo, desarrollando las relaciones interpersonales, dentro de la elaboración de proyectos de comunicación.
- Aplicar un razonamiento crítico a partir del uso del análisis y la síntesis.
- Organizar eficazmente el tiempo en la elaboración de planes de comunicación.
- Demostrar una capacidad crítica y autocrítica.
- Evaluar, tomar decisiones y planificar estrategias de comunicación.
- Resolver problemas que surgen en la construcción de mensajes y en el desarrollo de procesos comunicativos.

Resultados de aprendizaje

Entendimiento de los conceptos fundamentales relacionados con el conocimiento y las técnicas necesarias para el asesoramiento o realización de las funciones de un portavoz especialista en comunicación de cualquier organización, así como el estudio y la comprensión del protocolo y relaciones institucionales en organismos públicos y privados a través de la superación de la prueba final, ordinaria y extraordinaria. Creación, diseño y desarrollo de eventos profesionales.

4. ACTIVIDADES FORMATIVAS Y METODOLOGÍA

- Clases de teoría y práctica: 45 h. Todas las competencias de la materia.
- Trabajo personal del alumno: 75 h. Todas las competencias de la materia.
- Evaluación: 15 h. Todas las competencias de la materia.
- Tutorías: 15 h. 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. Todas las competencias de la materia.

5. SISTEMA DE EVALUACIÓN

Convocatoria Ordinaria:

- | | |
|-------------------------------------|-----|
| • Asistencia y participación: | 10% |
| • Prueba parcial: | 15% |
| • Actividades académicas dirigidas: | 25% |
| • Prueba final: | 50% |

Restricciones y explicación de la ponderación: Para poder hacer media con las ponderaciones anteriores es necesario obtener al menos una calificación de 5 en la prueba final. El alumno que injustificadamente deje de asistir a más de un 25% de las clases no podrá examinarse en la convocatoria ordinaria.

Las **actividades académicas dirigidas**, que supondrán un 25% de la evaluación final, consistirán en:

- Actividad 1: Valoración de las RRII en la actualidad. (Individual)

El objetivo de esta actividad es evaluar la capacidad de expresión escrita y oral de los alumnos. De forma individual, los alumnos realizarán una presentación oral sobre un caso de actualidad y de libre elección, y cuya base será un texto escrito por ellos. En la presentación se incluirán argumentos a favor y en contra de la propuesta.

- Actividad 2: Gestionar un encuentro con los medios de comunicación. (Grupos).

El objetivo de esta actividad es ejercitar las buenas prácticas y técnicas en la relación con los medios de comunicación, que todo Portavoz debe dominar. El alumno simulará la organización de un encuentro con los medios (escritos y audiovisuales), incidiendo en la actuación del portavoz con cada tipo de medio y diseñando también el formato de evento / jornada en la que tendrá lugar el encuentro. El ejercicio se presentará en formato Power Point y se realizará por grupo.

Convocatoria Extraordinaria:

La calificación final de la convocatoria se obtiene como suma ponderada entre la nota del examen final extraordinario y las calificaciones obtenidas por prácticas y trabajos presentados en convocatoria ordinaria, siempre que la nota del examen extraordinario sea igual o superior a 5.

- | | | |
|-------------------------------------|-----|-----|
| • Participación: | 10% | |
| • Actividades académicas dirigidas: | | 25% |
| • Prueba final: | 65% | |

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

- Berceruelo, B. (2016) *Comunicación Empresarial*. Madrid. Equipo de comunicación
- Burgueño, J.M. (2014). *Comunicación Institucional para Periodistas. Manual Práctico de Comunicación y Relaciones Públicas*. Barcelona. UOC.
- Correas, G. (2009). *Protocolo para empresas*. Oviedo: Ediciones Protocolo.
- Davis, F. (2012) *La comunicación no verbal*. Madrid. Alianza editorial.
- Fuente, C. (2007). *Protocolo para eventos*. Técnicas de organización de actos (I). Ediciones Protocolo.
- Martínez Solana, Y. (2004). *La Comunicación Institucional*. Madrid. Fragua.
- Pérez Ortega, A. (2012 2ª edición). *Marca Personal. Cómo convertirse en un la opción preferente*. ESIC.
- Reyero, J. (2006). *Hablar para convencer*. Pearson Practice Hill.
- Turchet, P. (2010). *El lenguaje del cuerpo*. Mensajero
- Xifrá, J. (2005). *Planificación Estratégica de las Relaciones Públicas*. Barcelona. Paidós.

• Bibliografía complementaria

- Del Rey, J. (2007). *Comunicación Política, Internet y Campañas Electorales*. De la teledemocracia a la ciberdemocracia. Tecnos.
- DIRCOM (2015). *Anuario de la Comunicación 2015*. Madrid. Dircom.

- DIRCOM (2013). *Manual de la Comunicación*. Madrid. Dircom.
- DIRCOM (2011). *Comunicación. Casos Prácticos*. Madrid: Estudios y Ediciones IESE.
- Grunig, J. y Hunt, T. (2003): *Dirección de Relaciones Públicas*. Barcelona. Gestión.
- Marañón, G. (2012). *El arte de presentar. Cómo planificar, estructurar, diseñar y exponer presentaciones*. Tecnos.
- Verderber, R.F. (1993) *Comunícate. México DF*. Cengage Learning.
- Wilcox, D, Cameron, G. y Xifrá, J. (2012): *Relaciones Públicas. Estrategias y tácticas*. Edimburgo: Pearson Education. 10ª edición.

- **Otros recursos**
 - www.dircom.org
 - www.topcomunicacion.com
 - www.prnoticias.com
 - www.marketingdirecto.com
 - www.reasonwhy.es
 - www.puromarketing.com
 - www.holmesreport.com

7. BREVE CURRICULUM

Licenciado en Periodismo por la Universidad Complutense de Madrid. Doctor por la Universidad Complutense de Madrid con la calificación de Sobresaliente Cum Laude por la tesis “*Antena 3 ante el desafío online: desarrollo estratégico y análisis prospectivo*”. Premio Extraordinario de Doctorado.

Desde el año 2009 ha impartido docencia en varias asignaturas de la licenciatura y el grado de Periodismo y Comunicación Audiovisual en diversas universidades privadas españolas. Profesor en másteres y estudios de postgrado. Profesor de las asignaturas *Investigación de Audiencias* del Grado de Periodismo y *Producción, dirección y edición de programas informativos* del Máster Periodismo en Televisión de la Universidad Antonio de Nebrija. Profesional de los medios de comunicación desde 1986. Ha sido miembro del equipo de deportes de *Antena 3 Radio*, dirigido por José María García. En televisión, tras un breve paso por *Telecinco*, se incorpora en 1998 a los Servicios Informativos de *Antena 3 Televisión*. Ha formado parte de la redacción de deportes del diario *El Mundo*, colaboró con varios periódicos asturianos y ha sido corresponsal en Madrid del diario deportivo catalán *Sport*. Ha trabajado en los gabinetes de prensa del *Real Madrid C.F* y del grupo automovilístico *Volkswagen* y ha sido Director de Comunicación del equipo ciclista italiano *CLAS-MAPEI*.

8. LOCALIZACIÓN DEL PROFESOR

Campus Princesa.

Previa petición de hora al profesor por email.

fsuarez@nebrija.es

9. CONTENIDO DETALLADO DE LA ASIGNATURA

TÍTULO: Grado en Publicidad y RR.PP., Marketing y Comunicación Comercial.... CURSO ACADÉMICO: 2018-2019.....

ASIGNATURA: PUB 130 Formación de portavoces y relaciones institucionales..... CURSO: 3º..... SEMESTRE: 1º..... CRÉDITOS ECTS: 6.....

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	Presentación profesor /alumnos. Presentación del programa. Metodología y materiales a utilizar. Formación de grupos de trabajo.	Reflexión oral e individual por parte de los alumnos sobre su percepción y expectativas de la asignatura.		
2	El portavoz nace y se hace			
3	Las RRII en la actualidad. Concepto y ámbito de actuación. Diferencias con otras técnicas de comunicación			
MÓDULO 1 – EL PODER DE LA PALABRA EN COMUNICACIÓN				
4	Hablar para convencer: Introducción al arte de la oratoria.			
5	Elaboración de intervenciones y discursos. Técnicas para una comunicación oral y escrita eficaz.	Visualización y análisis de diferentes tipos de discursos. Reflexión y debate. Práctica a realizar en clase.		
6	El arte de presentar: La importancia de realizar presentaciones eficaces. Errores a evitar. Técnicas de presentación.	Individual. Los alumnos elaborarán y expondrán su propio discurso, sobre un tema concreto.		
7	Técnicas de Comunicación No Verbal			
MÓDULO 2 – LA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA EN LAS RELACIONES INSTITUCIONALES				
8	El Plan Estratégico de Comunicación Institucional: Antecedentes – Objetivos – Estrategias – Acciones – Medición – Resultados	Incidir en la importancia de la planificación estratégica en Comunicación. Repaso a las fases de la planificación aplicada a las RRII. Ejemplos. Reflexión y debate.		
9	Desarrollo de un Plan Estratégico de RRII (I)	AAD.T1 – Individual. Realización de una presentación oral sobre un caso de actualidad y de libre elección para su desarrollo.		

10	Desarrollo de un Plan Estratégico de RRII (II)			
11	Presentación AAD.T1			
12	Examen Parcial			
MÓDULO 3 – EL PORTAVOZ EN LA PRÁCTICA				
13	Técnicas para ser eficaz ante los medios de comunicación: prensa escrita / online	Revisión de casos reales. Reflexión y debate. Práctica a realizar en clase		
14	Técnicas para ser eficaz ante los medios de comunicación: prensa escrita / online	Revisión de casos reales. Reflexión y debate. Práctica a realizar en clase		
15	Técnicas para ser eficaz ante los medios de comunicación: medios audiovisuales	Revisión de casos reales. Reflexión y debate. Práctica a realizar en clase		
16	Técnicas para ser eficaz en el encuentro de actuación con los medios de comunicación e influencers	Revisión de casos reales. Reflexión y debate. Práctica a realizar en clase		
17	Gestión estratégica de eventos, actos y convenciones. La creciente importancia del evento como herramienta estratégica en la comunicación actual. Buenas prácticas y errores a evitar.			
18	La rueda de prensa. La gran prueba del portavoz.	Análisis de un caso real.		
19	Organización de ruedas de prensa. Razones para convocar una rueda de prensa.	Exposición de un caso práctico en el aula.		
20	Cómo anticiparse y prevenir una crisis de reputación institucional. El Manual de Crisis. Buenas prácticas y errores a evitar	Estudio de casos reales e prevención de crisis. Reflexión y debate. Práctica a realizar en clase		
21	Cómo actuar eficazmente ante una crisis de reputación institucional. Técnicas y procesos. Buenas prácticas y errores a evitar.	AAD.T2 – Grupos. Simulación de la organización de un encuentro con los medios (escritos y audiovisuales), incidiendo en la actuación del portavoz con cada tipo de medio diseñando también el formato de evento.		
22	Brand Film “Comunicar – Conversar: la reputación en la sociedad de hoy”.	Visualización en clase de este “Brand Film”, una visión		

		ilustrativa y de calidad sobre la comunicación institucional actual en un entorno global		
23	Presentación AAD.T2			
24	Presentación AAD.T2			
MÓDULO 4 – PROTOCOLO, LOBBY Y COMUNICACIÓN POLÍTICA				
25	La función del Protocolo en la nueva realidad empresarial Los diferentes tipos de Protocolo: institucional, eclesiástico, militar, deportivo Símbolos corporativos. Manual de Protocolo	Por grupos, los alumnos simularán la organización de una actividad institucional. Reflexión y debate. Práctica a realizar en clase.		
26	El papel del Lobby en las RRH actuales Su creciente influencia en la comunicación actual Perfil del lobbista y tipos de lobby Influencia y lobbismo	Estudio de casos reales de lobby en la actualidad. Análisis de sus resultados y eficacia. Reflexión y debate. Práctica a realizar en clase.		
27	La Comunicación Política: El papel de la comunicación como factor de influencia clave en la política actual Recursos de comunicación estéticos y semánticos de los partidos / candidatos La “disciplina teatral” del candidato	Revisión de ejemplos de buenas y malas prácticas en comunicación política. Reflexión y debate. Práctica a realizar en clase.		
MÓDULO 5 – MARCA PERSONAL				
28	La Marca Personal como herramienta de liderazgo y diferenciación en la comunicación actual. Fases en la construcción de una Marca Personal.	Estudio de ejemplos relevantes de Marca Personal. Reflexión y debate. Práctica a realizar en clase.		
29	El Plan de Marca Personal. Análisis de las diferentes fases del Plan.	Los alumnos esbozarán su propio Plan de Marca Personal. Práctica a realizar en clase.		
30	El buen comunicador. Buenas prácticas y errores a evitar			
Evaluación				
			Evaluación Final Ordinaria	3
			Evaluación Final Extraordinaria	3
			Actividades de Evaluación	9
Tutorías (para todo el grupo, presenciales y/o online)				15
			75	75

TOTAL	150 horas
--------------	------------------