



Formación de
portavoces y
Relaciones
Institucionales
**Grado en Publicidad y
Relaciones Públicas**



UNIVERSIDAD
NEBRIJA

GUÍA DOCENTE

Asignatura: Formación de portavoces y Relaciones Institucionales

Titulación: Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

Carácter: Optativa

Idioma: Castellano

Modalidad: Presencial / a distancia

Créditos: 6

Curso: 3º

Semestre: 1º

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

1. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

1.1. Competencias

Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.

Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.

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.

Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

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

1.2. 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.

2. CONTENIDOS

2.1 Requisitos previos

Ninguno.

2.2 Breve descripción de los 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.

2.3 Contenido detallado

Presentación de la asignatura.
Explicación de la Guía Docente.

Las Relaciones Institucionales en la actualidad. Concepto y ámbito de actuación. Diferentes técnicas de comunicación.

El poder de la palabra en la comunicación. Hablar para convencer. El arte de la oratoria. Elaboración de intervenciones y discursos. Técnicas para una comunicación oral y escrita eficaz. Técnicas de comunicación NO verbal.

La planificación estratégica en las Relaciones Institucionales. Plan estratégico de comunicación institucional. Reflexiones y debate. Desarrollo de un plan estratégico de Relaciones Institucionales

El portavoz en la práctica. Técnicas para ser eficaz ante los medios de comunicación. Prensa escrita, medios audiovisuales, radio. Técnicas para ser eficaz en el encuentro con los medios de comunicación e influencers. Gestión estratégica de eventos, actos y convenciones. Buena práctica y errores a evitar. La rueda de prensa. La gran prueba del portavoz. Organización de ruedas de prensa. Razones para convocar una rueda de prensa. Cómo anticiparse y prevenir una crisis de reputación institucional. Cómo actuar ante una crisis.

Protocolo, lobby y comunicación política. La función del protocolo en la nueva realidad empresarial. Diferentes tipos de protocolo: institucional, eclesiástico, militar, deportivo. El papel del lobby en las relaciones institucionales. Su creciente influencia en la comunicación.

La comunicación política. Influencia de la comunicación como factor de influencia clave en la política actual. Recursos de comunicación estéticos y semánticos de los partidos/candidatos.

La marca personal como herramienta de liderazgo. Motivo de diferenciación en la comunicación actual.

El buen comunicador. Buenas prácticas y errores a evitar.

2.4 Actividades Dirigidas

Durante el curso se desarrollarán dos actividades académicas dirigidas, que supondrán un 25% de la evaluación final, consistirán en:

Actividad Dirigida 1 (AD1): *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 Dirigida 2 (AD2): 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.

2.5 Actividades formativas

Modalidad presencial:

Clases de teoría: 22,5h (15%). Lección magistral participativa.

Clases prácticas: 45h (30%). Trabajos en equipo, talleres y prácticas en salas de ordenador.

Trabajo personal del alumno: 60h (40%).

Tutorías: 7,5h (5%). 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: 15h (10%).

Modalidad a distancia:

Estudio, comprensión y evaluación de la materia: 60h (40%). Material didáctico publicado en el Campus Virtual, pruebas online de seguimiento, y una prueba online final por módulo.

Trabajos/proyectos prácticos a desarrollar y presentar por el alumno: 75h (50%). A través del campus virtual el alumno realizará y entregará los trabajos marcados para cada asignatura. Con carácter general los trabajos se harán de manera individual.

Tutorías: 15h (10%). Se implementan los siguientes mecanismos de asistencia al alumno en tutorías: foros académicos, correo electrónico, tutoría telepresencial utilizando herramientas específicas de videoconferencia. Obviamente, el alumno que lo desee y pueda desplazarse, podrá concertar una tutoría presencial personal con el profesor en el Campus de la Universidad Nebrija.

3. SISTEMA DE EVALUACIÓN

3.1. Sistema de calificaciones

El sistema de calificaciones finales se expresará numéricamente (R.D. 1125/2003, de 5 de septiembre) del siguiente modo:

- 0 - 4,9 Suspenso (SS)
- 5,0 - 6,9 Aprobado (AP)
- 7,0 - 8,9 Notable (NT)
- 9,0 - 10 Sobresaliente (SB)

La mención de "matrícula de honor" podrá ser otorgada a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0.

3.2. Criterios de evaluación

Convocatoria ordinaria

Modalidad: Presencial

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Asistencia y participación en clase	10%
Prueba parcial	15%
Actividades académicas dirigidas	25%
Prueba final presencial	50%

Modalidad: A distancia

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Participación en foros y otras actividades tutorizadas	10%
Trabajos y proyectos a desarrollar	25%
Pruebas de seguimiento por unidad didáctica	5%
Pruebas prácticas de evaluación por módulo	15%
Prueba final presencial	45%

Convocatoria extraordinaria

Modalidad: Presencial

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Asistencia y participación en clase	10%
Actividades académicas dirigidas	25%
Prueba final presencial	65%

Modalidad: A distancia

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Actividades académicas dirigidas	40%
Prueba final presencial	60%

3.3. Restricciones

Calificación mínima

Para poder hacer media con las ponderaciones anteriores es necesario obtener al menos una calificación de 5 en la prueba final. El alumno podrá presentar de nuevo los trabajos, una vez han sido evaluados por el profesor y siempre antes del examen de la convocatoria ordinaria, si desea mejorar la calificación obtenida.

Asistencia

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.

Normas de escritura

Se prestará especial atención en los trabajos, prácticas, proyectos y exámenes tanto a la presentación como al contenido, cuidando los aspectos gramaticales y ortográficos. El no cumplimiento de los mínimos aceptables puede ocasionar que se resten puntos en dicho trabajo.

3.4. Advertencia sobre plagio

La Universidad Antonio de Nebrija 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. Su uso no puede ser indiscriminado. El plagio, que debe demostrarse, es un delito.

En caso de detectarse este tipo de prácticas se considerará falta Grave y se podrá aplicar la sanción prevista en el Reglamento del alumno.

4. 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.
- Reyer, 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 recomendada

- 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

5. DATOS DEL PROFESOR+

Nombre y Apellidos	Francisco Suárez
Departamento	Publicidad
Titulación académica	Doctor en Ciencias de la Información
Correo electrónico	fsuarez@nebrija.es
Localización	Campus de Princesa. Sala de Profesores
Tutoría	Contactar con el profesor previa petición de hora después de clase o por e-mail
Experiencia docente, investigadora y/o profesional, así como investigación del profesor aplicada a la asignatura, y/o proyectos profesionales de aplicación.	<p>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 <i>“Antena 3 ante el desafío online: desarrollo estratégico y análisis prospectivo”</i>. Premio Extraordinario de Doctorado.</p> <p>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 la asignaturas <i>Investigación de Audiencias</i> del Grado de Periodismo y <i>Producción, dirección y edición de programas informativos</i> del Máster Periodismo en Televisión de la Universidad Antonio de Nebrija.</p> <p>Profesional de los medios de comunicación desde 1986. Ha sido miembro del equipo de deportes de <i>Antena 3 Radio</i>, dirigido por José María García. En televisión, tras un breve paso por <i>Telecinco</i>, se incorpora en 1998 a los Servicios Informativos de <i>Antena 3 Televisión</i>. Ha formado parte de la redacción de deportes del diario <i>El Mundo</i>, colaboró con varios periódicos asturianos y ha sido corresponsal en Madrid del diario deportivo catalán <i>Sport</i>. Ha trabajado en los gabinetes de prensa del <i>Real Madrid C.F</i> y del grupo automovilístico <i>Volkswagen</i> y ha sido Director de Comunicación del equipo ciclista italiano <i>CLAS-MAPEI</i>.</p>

