

Plan 302 Lic.Publicidad y R. Públicas

Asignatura 30864 PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN DE LAS RR.PP.

Grupo 1

Presentación

Programa Básico

PARTE I

Planificación y gestión de las Relaciones Públicas: sus bases.

PARTE II

Planificación y gestión de las Relaciones Públicas: evolución de sus contenidos teórico-técnicos.

PARTE III

Modelo de Planificación Estratégica de Relaciones Públicas.

PARTE IV

Planificación y Gestión de las Relaciones Públicas: sectores de aplicación.

Objetivos

OBJETIVOS

Entre los objetivos generales de la asignatura se encuentran los siguientes:

- Que los alumnos conozcan, comprendan y valoren críticamente la importancia de una buena planificación y gestión de las Relaciones Públicas para obtener los objetivos deseados.
- Que aprendan a aplicar los diferentes elementos de las Relaciones Públicas a casos actuales.
- Que sepan diferenciar las Relaciones Públicas de otras disciplinas similares.
- Que sepan desarrollar un plan estratégico de Relaciones Públicas.
- Que sean capaces de aplicar las relaciones públicas a los diferentes sectores (privado, público, político), para que puedan aplicarlo en un futuro trabajo.

Programa de Teoría

PROGRAMA DE TEORÍA

Asignatura:

PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN DE LAS RELACIONES PÚBLICAS

Curso: 5º

Segundo Cuatrimestre.

TEMA I

Planificación y gestión de las Relaciones Públicas: sus bases.

- El concepto de las Relaciones Públicas.
- Fuentes de las Relaciones Públicas.
- La ubicación científica y metodológica de las Relaciones Públicas.
- Relaciones Públicas y otras disciplinas y actividades afines.
- Elementos y modelos teóricos de las Relaciones Públicas.

TEMA II

Modelo de Planificación Estratégica de Relaciones Públicas.

- Investigación y análisis.

-
- La planificación de la estrategia operativa.
 - El Plan logístico.
 - Evaluación de la eficacia comunicacional.

TEMA III

Gestión de conflictos.

- Gestión estratégica de conflictos.
- Gestión de conflictos potenciales.
- Gestión de crisis.
- Gestión de la reputación.

TEMA IV

Las nuevas tecnologías en las Relaciones Públicas.

- Internet.
- Las redes sociales
- La Web 2.0
- Otras herramientas.
- Las tecnologías del futuro.

TEMA V

Planificación y Gestión de las Relaciones Públicas: sectores de aplicación.

- Las corporaciones.
- La política y el gobierno.
- Organizaciones sin ánimo de lucro.
- La educación.
- Espectáculos, deporte y turismo.

Programa Práctico

Programa de prácticas:

Puesto que la asignatura Planificación y Gestión de las RR.PP., consta de 3 créditos prácticos estos serán evaluados del siguiente modo:

- Prácticas obligatorias en el aula:

Las prácticas se irán desarrollando al mismo tiempo que el programa teórico. Consistirán en plantear diferentes ejercicios en los que han de aplicar determinados aspectos de las Relaciones Públicas, en función de lo visto en el temario. De tal modo que al término del curso, sepan desarrollar un plan completo de Relaciones Públicas en distintos casos que se les puedan proponer, como por ejemplo en el lanzamiento de un producto, en un acontecimiento deportivo, en una inauguración, etc. Se podrá faltar como máximo a dos prácticas.

- Trabajo obligatorio: (Este trabajo será obligatorio para el que no acuda a clase, e imprescindible para que pueda aprobar los créditos prácticos de la asignatura, tanto en junio como en septiembre). Será tutorizado por el profesor de la asignatura.

El trabajo consistirá en aplicar desarrollar un proceso de planificación de Relaciones Públicas en alguno de los siguientes sectores:

- o Las corporaciones.
- o La política y el gobierno.
- o Organizaciones sin ánimo de lucro.
- o La educación.
- o Espectáculos, deporte y turismo.

El proceso de planificación estratégica de relaciones públicas tiene que contar con lo siguientes apartados:

Investigación

Situación

Objetivos

Público

Estrategia

Tácticas

Calendario/ Plazos temporales

Presupuesto

Evaluación

El trabajo deberá incluir una introducción, conclusión, bibliografía y deberá estar paginado. Todos aquellos datos que se incluyan en el trabajo, que estén sacados de libros, revistas, periódicos, internet, etcétera, deberán ser citados

adecuadamente, sino será considerado plagio y el trabajo estará suspenso.

El trabajo deberá ser tutorado, lo cual indica que cada alumno que decida desarrollar este trabajo deberá acudir a tutorías para acordar la metodología y tema a estudiar. No se corregirán los trabajos que no hayan sido tutorados previamente.

La fecha máxima de entrega del trabajo será el día 31 DE MAYO, se recogerá durante el horario de clase de la asignatura ese día, no se recogerá ningún trabajo fuera de esa fecha.

Evaluación

MÉTODO Y CRITERIO DE EVALUACIÓN.

Tanto la calificación final de la prueba teórica obligatoria como la de las pruebas de desarrollo práctico han de superar la calificación mínima de 5.00 puntos sobre 10.

La nota final corresponderá a la media de la parte práctica y de la teórica.

Bibliografía

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

- ARCEO, J.L. (1982): *Cómo Ganar unas Elecciones. Tratamiento Teórico-Práctico de la Imagen de los Políticos*. Madrid: Fomento de Bibliotecas.
 - ARCEO, J.L. (1986): *1976-1986: Diez Años de "Publicidad Política" en España*. Madrid: Ayuntamiento de Madrid.
 - ARCEO, J.L. (1988): *Fundamentos para la Teoría y Técnica de las Relaciones Públicas*. Barcelona: Promociones y Publicaciones Universitarias.
 - ARCEO, J.L. (1990): "Psicología, Elementos y Eficacia en las Campañas Electorales (Una Introducción)". *Revista Universitaria de Publicidad y Relaciones Públicas*, 1, pp. 91-110.
 - ARCEO, J.L. (1991): "Campañas". *Diccionario de Ciencias y Técnicas de la Comunicación*. Madrid, Ediciones Paulinas.
 - ARCEO, J.L. (1991-92): "El Método Científico y la Investigación en las Relaciones Públicas". *Revista Universitaria de Publicidad y Relaciones Públicas*, 2, pp. 33-52.
 - ARCEO, J.L. (1994): "La eficacia de la Responsabilidad Social en las Relaciones Públicas de Vanguardia: Unas Revisión de los Planteamientos de Grunig". *Revista Universitaria de Publicidad y Relaciones Públicas*, 1 (2ª época), pp. 11-21.
 - ARCEO, J.L. (1995): "Las Relaciones Públicas en la Comunicación Empresarial e Institucional. Una Introducción". *Cuestiones Publicitarias*, 4, pp. 27-38.
 - ARCEO, J.L. (1999): *Tratado de Publicidad y Relaciones Públicas*. Madrid: Instituto de Comunicación Institucional y Empresarial de la UCM.
 - ARCEO, J.L. (1999/2000): *Organización, Medios y Técnicas de Relaciones Públicas*. Madrid: Instituto de Comunicación Institucional y Empresarial de la UCM.
 - BERNAYS, E.L.: *Los Últimos Años: Radiografía de las Relaciones Públicas, 1956-1986*. Barcelona: Promociones y Publicaciones Universitarias.
 - BROOM, G.M. & DOZIER, D.M. (1990): *Using Research in Public Relations. Applications to Program Management*. Englewood, NJ: Prentice- Hall.
 - CENTER, A.H. & JACKSON, P. (1995): *Public Relations Practices. Managerial Case Studies and Problems*. Englewood Cliffs, NY: Prentice-Hall.
 - DENNIS L. WILCOX, PHILIPS H. AUTT, WARREN K. AGEE, GLEN T. CAMERON (2003): *Relaciones Públicas, Estrategias y Tácticas*. 6ª Ed. Pearson Educación, S.A. Madrid.
 - GRUNIG, J.E. (Ed. 1992): *Excellence in Public Relations and Communication Management: Contributions to Effective Organizations*. Hillsdale, NJ. Lawrence Erlbaum Associates.
 - GRUNIG, J.E. & HUNT, T. (1984): *Managing Public Relations*. New York: Holt, Rinehart and Winston.
 - HUNT, T. & GRUNIG, J.E. (1994): *Public Relations Techniques*. Orlando: Harcourt Brace College Publishers.
 - International Association of Business Communicators (1991): *Excellence in Public Relations and Communications Management, Data Report and Guide*. San Francisco: IABC.
 - KENDALL, R. (1996): *Public Relations Campaign Strategies*, New York: Harper Collins.
 - KLAPPER, J.T. (1974): *Efectos de las Comunicaciones de Masas*. Madrid: Aguilar.
 - NEWSOM, DOUG, TURK, JUDY VANSLYKE, AND KRUCKEBERG, DEAN. : *This Is PR: The Realities of Public Relations*, 7 Ed. Belmont, CA: Wadsworth, 2000.
 - WILCOX, D.L., AULT, P.H. & AGEE, W. (1998): *Public Relations: Strategies and Tactics*. New York: Harper & Row.
-

Presentación

Grupos 1 y 2
Silvia Cuesta Reyna
scuesta@hmca.uva.es

Programa Básico

PARTE I

Planificación y gestión de las Relaciones Públicas: sus bases.

PARTE II

Planificación y gestión de las Relaciones Públicas: evolución de sus contenidos teórico-técnicos.

PARTE III

Modelo de Planificación Estratégica de Relaciones Públicas.

PARTE IV

Planificación y Gestión de las Relaciones Públicas: sectores de aplicación.

Objetivos

Se trata de que el alumno trabaje con una de las disciplinas del área de la comunicación, las relaciones públicas. Una disciplina que ha sido redefinida y replanteada en los últimos años. Para ello se le enseñará a desarrollar una buena planificación y gestión de las RRPP. para obtener los objetivos deseados.

Programa de Teoría

- 1.- Teoría de las relaciones públicas: Definición, qué son y qué no son las relaciones públicas, diferencias entre publicidad y relaciones públicas.
- 2.- El objetivo y los distintos públicos de las relaciones públicas
- 3.- Las empresas de relaciones públicas. ADECEC. ¿Cómo elegir una empresa de relaciones públicas?
- 4.- El rumor. La situación de crisis
- 5.- Modelos de relaciones públicas: La comunicación bidireccional
- 6.- Planificación estratégica de las relaciones públicas I: El método RACE
- 7.- Planificación estratégica de las relaciones públicas II: Investigación
- 8.- Planificación estratégica de las relaciones públicas III: Acción
- 9.- Planificación estratégica de las relaciones públicas IV: Comunicación
- 10.- Planificación estratégica de las relaciones públicas V: Evaluación

Programa Práctico

Evaluación

30% prácticas, 70% examen. Para poder hacer la suma ponderada de las calificaciones anteriores es necesario obtener más de cinco en el examen final. El alumno con nota inferior se considera suspenso.

Bibliografía