

**Proyecto/Guía docente de la asignatura**

Asignatura	Relaciones públicas institucionales		
Materia	Teoría y técnica de las relaciones públicas		
Módulo	Itinerario 2. Gestión de las Relaciones Públicas en Empresas e Instituciones		
Titulación	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas		
Plan	458	Código	42896
Periodo de impartición	Primer cuatrimestre	Tipo/Carácter	OP (optativa)
Nivel/Ciclo	Grado	Curso	4º
Créditos ECTS	3 ECTS		
Lengua en que se imparte	Castellano		
Profesor/es responsable/s	Sociología: a determinar Área CAP: M ^a Azucena García García		
Departamento(s)	Historia Moderna, Contemporánea, de América, Periodismo, Comunicación Audiovisual y Publicidad – Área CAP Sociología y Trabajo Social		
Datos de contacto (E-mail, teléfono...)	Azucena García García: Despacho 332 mariaazucena.garcia@uva.es azucenagarcia@hotmai.com Despacho de sociología: 334 * Se recomienda a los alumnos que las tutorías sean solicitadas previa petición, bien en el aula o mediante el correo electrónico.		



1. Situación / Sentido de la Asignatura

1.1 Contextualización

Relaciones Públicas Institucionales es una asignatura de carácter optativo, enmarcado dentro de la quinta materia del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas, dedicado prioritariamente al ámbito de las relaciones públicas. El plan de estudios recomienda cursar esta asignatura en el primer cuatrimestre del cuarto curso, un lugar idóneo para una asignatura con elevado grado de especialización y con unos contenidos que aproximan a las/os estudiantes a la práctica profesional.

1.2 Relación con otras materias

Su propósito de exposición de las principales estrategias de comunicación desplegadas por las instituciones políticas, sociales y culturales justifican su posición en un bloque de optatividad en el que coincide con asignaturas como 'Innovación en las RRPP', 'Comunicación interna' o 'Protocolo y organización de eventos'. Además, esta materia está formada por tres asignaturas obligatorias que garantizan una aproximación en profundidad en el campo de las RR.PP., como "Fundamentos de las RR.PP.", "Dirección estratégica de las RR.PP." y "Responsabilidad social corporativa e institucional", que se imparten en cursos anteriores o que discurren en paralelo a esta asignatura. Su duración de 3 ECTS es suficiente para desplegar el amplio abanico de casos prácticos y de aproximaciones teóricas y prácticas que se han acumulado en el campo durante las últimas décadas

1.3 Prerrequisitos

La elección y seguimiento de esta asignatura no implica la superación previa de ninguna otra asignatura. Sin embargo, el contenido especializado del programa a desarrollar hace muy recomendable contar con las nociones básicas sobre el entramado teórico y práctico de las RR.PP. Así, se recomienda haber adquirido las competencias propias del módulo 2 (Comunicación corporativa y de RR.PP. de empresas e instituciones), con especial énfasis en las asignaturas de la Materia 5 ('Fundamentos de las RR.PP.; Dirección estratégica de las RR.PP.; y 'Responsabilidad Social Corporativa e Institucional'). De todos modos, la propia planificación cronológica de este plan de estudios ya toma en consideración estas necesidades, justificando la recomendación de cursar esta asignatura en los últimos compases de los estudios de Grado.



2. Competencias

2.1 Generales

Competencias académicas:

CTA-1: Conocimientos fundamentales de comunicación aplicados al ámbito de las RR.PP.

CTA-2: Capacidad para asumir el liderazgo, asumiendo los principios de responsabilidad social.

CTA-5: Capacidad para la creatividad e innovación, partiendo del conocimiento actual sobre RR.PP.

CTA-6: Capacidad de adaptación a los objetivos de una organización, integrándose en equipos directivos y fomentando el establecimiento de sinergias positivas.

Otras competencias:

OCT-1: Capacidad de relacionarse con personas (trabajo en grupo) y con el entorno sin perder su autonomía.

OCT-2: Capacidad para trabajar en equipo.

OCT-3: Capacidad de perspicacia, de ingenio y de creatividad para hallar soluciones a problemas concretos.

OCT-5: Capacidad de análisis, síntesis y juicio crítico.

OCT-6: Saber gestionar el tiempo.

OCT-9: Capacidad para el análisis objetivo de la realidad y extracción de consideraciones válidas

2.2 Específicas

Competencias disciplinares

CTD-1: Conocimiento teórico y práctico de las RR.PP. y de sus procesos y estructuras organizativas.

CTD-2: Conocimiento teórico y práctico de las técnicas de gestión en las empresas de comunicación.

CTD-4: Conocimiento de las técnicas de investigación y análisis de las relaciones que se establecen entre los profesionales de la comunicación.

CTD-5: Conocimiento de las estructuras de los medios publicitarios.

CTD-6: Conocimiento de los procesos de investigación entre los sujetos de las actividades de RR.PP.

CTD-13: Conocimiento de la ética y la deontología en el ámbito de las RR.PP.

CTD-14: Estudio y evolución de los aspectos sociales que inciden en la transformación de los procesos de comunicación.

CTD-21: Conocimiento del diseño y del desarrollo de políticas de comunicación persuasiva en las instituciones y empresas públicas y privadas.

Competencias profesionales.

CTP-2: Capacidad y habilidad para responsabilizarse del área de comunicación de un organismo o empresa.

CTP-3: Capacidad para establecer el plan de comunicación.

CTP-10: Capacidad y habilidad para ejercer como expertos en la gestión estratégica de la imagen corporativa de una empresa y/o institución.

CTP-11: Capacidad y habilidad para gestionar los activos intangibles de la empresa y/o institución, añadiendo valor a sus productos y/o servicios.



3. Objetivos

Los objetivos de aprendizaje que establece la asignatura 'Relaciones públicas institucionales' son los siguientes:

OBJ1: Estímulo de la capacidad analítica e interpretativa de las/os estudiantes, difundiendo una aproximación crítica ante el estudio de cualquier fenómeno social. Los estudios de caso específicos que dan cuerpo al programa de sesiones presenciales y a los contenidos en la plataforma virtual obligan a realizar una revisión crítica de las prácticas profesionales cotidianas.

OBJ4: Aumento de la comprensión acerca del papel que protagoniza la esfera de la comunicación en general, y de la publicidad y las relaciones públicas en particular, en los procesos de formación de la opinión pública.

OBJ5: La dinámica que establece el curso obliga a todas/os las/os estudiantes a desarrollar una capacidad de comunicación y de trabajo en grupo constante, estimulando la toma de decisiones autónomas por parte del individuo y/o del grupo tras aplicar los correspondientes mecanismos de valoración previa.

OBJ6: La resolución de casos concretos a lo largo de las sesiones presenciales estimulará la actitud estratégica para ser capaz de prever los cambios y articular la pertinente adaptación. El enfrentamiento a problemas y situaciones simuladas aumentará la capacidad de las/os estudiantes para detectar potenciales problemas y para localizar las soluciones más aconsejables.

A su vez, este curso, mediante el programa de teoría y práctica que se plantea desde esta ficha, propiciará que las/os estudiantes adquieran los siguientes saberes y destrezas:

SD-B: La materia facilita una formación que combina la teoría con el estudio de los procesos y de las estructuras que operan en el ámbito de la comunicación.

SD-E: Se proporcionará una formación integral en el uso y aprovechamiento de las nuevas tecnologías, aplicadas al estudio de las nuevas formas de difusión de la opinión pública contemporánea.

SD-I: La realización del programa de evaluación continua y los propios contenidos teóricos del curso hace especial hincapié en los métodos y técnicas de investigación social aplicados a la comunicación. Se transmite las bases metodológicas de las principales corrientes de estudio de la opinión pública y se presentan unas líneas maestras iniciales para la puesta en práctica de técnicas de investigación social, como el sondeo de opinión o el análisis discursivo.



4. Contenidos y/o bloques temáticos

Bloque 1: Las Relaciones Públicas en las instituciones contemporáneas (CAP)

Carga de trabajo en créditos ECTS:

a. Contextualización y justificación

Este bloque de la asignatura pretende completar un primer abordaje sobre la gestión de las relaciones públicas que despliegan algunas de las instituciones contemporáneas. Para ello, se analizarán diversas estrategias puestas en práctica por entidades significativas del sector público español e internacional, mediante el análisis de casos prácticos.

b. Objetivos de aprendizaje

- Comprender el verdadero alcance de las relaciones públicas, que excede la simple búsqueda de presencia en medios de comunicación
- Identificar las acciones y estrategias que realizan las instituciones públicas
- Diseñar y ejecutar acciones y estrategias de relaciones públicas aplicadas a instituciones del ámbito local

c. Contenidos

- Estrategias de RR. PP. Institucionales
- Las instituciones y su relación con la prensa
- Las instituciones y las redes sociales
- Las RR. PP. del Estado español. Marca España
- La relación entre los lobbies y el gobierno

d. Métodos docentes

- Exposición teórica a cargo del profesor en diálogo reflexivo con los alumnos.
- Lecturas individuales de diversos documentos
- Análisis en grupo de los casos prácticos

e. Plan de trabajo

Las sesiones presenciales de este bloque de la asignatura están divididas entre sesiones teóricas con todas las personas matriculadas en el curso y sesiones prácticas, en la que el grupo se dividirá en dos subgrupos de dimensiones similares para afrontar tareas de carácter más aplicado.

Total: todas/os las/os estudiantes cursarán 7 horas teóricas de docencia presencial y 7 horas de docencia práctica.



f. Evaluación

Modalidad de evaluación:

- Evaluación continua: Asistencia, participación activa y realización de los ejercicios planteados en el aula durante las sesiones teóricas y prácticas. Se realizará el sumatorio entre ambas partes siempre que estén las dos aprobadas.
- Realización del examen.
- Se tendrán en cuenta las faltas ortográficas.
- Los alumnos tendrán que realizar mínimo el 70% de las prácticas de aula. De no ser así se entenderán como suspensas.

Cada parte de la evaluación supondrá el 50% de la calificación total

g. Bibliografía básica

- DI GENOVA, Antonio Ezequiel (2012). Manual de relaciones públicas e institucionales. Madrid: Ugerman.
- PUIG, Toni (2003). La comunicación municipal cómplice con los ciudadanos. Barcelona, PAIDOS –
- REQUENA SANTOS, Félix (2008). Redes sociales y sociedad civil. Madrid, CIS
- XIFRA, Jordi (1998). Lobbying. Barcelona: Gestión 2000.
- XIFRA, Jordi (2014). Manual de relaciones Públicas e Institucionales (2ª Ed.). Madrid, Ed. Tecnos

h. Bibliografía complementaria

- AGUILAR, Tusta y CABALLERO, Araceli (Coord.) (2003). Campos de juego de la ciudadanía. Barcelona, el Viejo Topo
- BARQUERO, J. D. (1999). Manual de relaciones públicas empresariales e institucionales. Barcelona: Gestión 2000.
- SAMPEDRO, Víctor (2014). El cuarto poder en red. Por un periodismo (de código) libre. Barcelona, ICARIA
- SARTORI, G. (1998). Homo videns. La sociedad teledirigida, Madrid, Taurus.
- WOLF, M. (1994) Los efectos sociales de los media, Barcelona, Paidós

i. Recursos necesarios

No es preciso ningún recurso específico



j. Temporalización

BLOQUE TEMÁTICO	CARGA ECTS	PERIODO PREVISTO DE DESARROLLO
Las relaciones públicas en las instituciones contemporáneas	1,5	

Bloque 2: Las relaciones públicas institucionales como relaciones de actores (Área sociología)

Carga de trabajo en créditos ECTS:

a. Contextualización y justificación

La comunicación desarrollada por las elites políticas es un objeto de estudio importante para conocer el entramado institucional sobre el que se construyen las sociedades actuales. La comunicación política, entendida no solamente como el campo de acción de partidos políticos y de gobiernos, sino como un espacio mucho más amplio en el que interactúa la ciudadanía, los medios de comunicación y las elites políticas, económicas y sociales se convierte en una disciplina enriquecedora para la formación profesional de cualquier profesional de la comunicación.

b. Objetivos de aprendizaje

- Realizar una primera aproximación a las administraciones públicas en el contexto de la formación del Estado Moderno.
- Descubrir algunas de las claves de las relaciones entre diferentes actores, presentes en el juego político institucional y con la ciudadanía.
- Reflexionar acerca de los juegos de poder que enmarcan las Relaciones Públicas Institucionales.

c. Contenidos

- El papel de las instituciones públicas: evolución histórica y situación actual.
- Comunicación y política: medios de comunicación y poder político
- La ciudadanía como actor social: Tercer Sector, movimientos sociales, sectores activos de la población

d. Métodos docentes

- Exposición teórica a cargo del profesor en diálogo reflexivo con los alumnos.
- Lecturas individuales de diversos documentos
- Análisis en grupo de los casos prácticos

e. Plan de trabajo

Las sesiones presenciales de este bloque de la asignatura están divididas entre sesiones teóricas con todas las personas matriculadas en el curso y sesiones prácticas, en la que el grupo se dividirá en dos subgrupos de dimensiones similares para afrontar tareas de carácter más aplicado.



f. Evaluación

Modalidad de evaluación:

- Evaluación continua: Asistencia, participación activa y realización de los ejercicios planteados en el aula durante las sesiones teóricas y prácticas. Se realizará el sumatorio entre ambas partes siempre que estén las dos aprobadas.
- Realización del examen.

g. Bibliografía básica

- DI GENOVA, Antonio Ezequiel (2012). Manual de relaciones públicas e institucionales. Madrid: Ugerman.
- PUIG, Toni (2003). La comunicación municipal cómplice con los ciudadanos. Barcelona, PAIDOS –
- REQUENA SANTOS, Félix (2008). Redes sociales y sociedad civil. Madrid, CIS
- XIFRA, Jordi (1998). Lobbying. Barcelona: Gestión 2000.
- XIFRA, Jordi (2014). Manual de relaciones Públicas e Institucionales (2ª Ed.). Madrid, Ed. Tecnos

h. Bibliografía complementaria

- AGUILAR, Tusta y CABALLERO, Araceli (Coord.) (2003). Campos de juego de la ciudadanía. Barcelona, el Viejo Topo
- BARQUERO, J. D. (1999). Manual de relaciones públicas empresariales e institucionales. Barcelona: Gestión 2000.
- SAMPEDRO, Víctor (2014). El cuarto poder en red. Por un periodismo (de código) libre. Barcelona, ICARIA
- SARTORI, G. (1998). Homo videns. La sociedad teledirigida, Madrid, Taurus.
- WOLF, M. (1994) Los efectos sociales de los media, Barcelona, Paidós

i. Recursos necesarios

Acceso al campus virtual de la asignatura

j. Temporalización

BLOQUE TEMÁTICO	CARGA ECTS	PERIODO PREVISTO DE DESARROLLO
Las relaciones públicas institucionales como relaciones entre actores	1,5	



5. Métodos docentes y principios metodológicos

El calendario y horario será el fijado, para cada curso escolar, por las autoridades académicas. Cada guía informará sobre dicho horario, así como sobre el calendario académico y fechas de exámenes de la asignatura. La utilización de los métodos docentes guarda lógica relación con los distintos contenidos que forman parte de la asignatura. Las prácticas podrán consistir en el análisis de textos normativos, resoluciones judiciales, lecturas doctrinales o el planteamiento de casos reales o ficticios. Los profesores responsables de los grupos podrán servirse, en la medida en que lo estimen oportuno, de la plataforma virtual de Moodle, así como recomendar el uso de manuales o de otros recursos útiles para el aprendizaje de la asignatura.



**6. Tabla de dedicación del estudiante a la asignatura**

ACTIVIDADES PRESENCIALES	HORAS	ACTIVIDADES NO PRESENCIALES	HORAS
Clases teórico-prácticas (T/M)	15	Estudio y trabajo autónomo individual	15
Clases prácticas de aula (A)	15	Estudio y trabajo autónomo grupal	15
Total presencial	30	Total no presencial	30

7. Sistema y características de la evaluación

INSTRUMENTO/PROCEDIMIENTO	PESO EN LA NOTA FINAL	OBSERVACIONES
Trabajos prácticos de evaluación continua	50%	Se realizarán a lo largo del cuatrimestre en el aula.
Prueba de examen	50%	Se realizará en las fechas señaladas oficialmente por la Facultad

EVALUACIÓN DE LOS TEMAS IMPARTIDOS POR AZUCENA GARCÍA GARCÍA (50%)

Los temas impartidos por la profesora Azucena García equivalen al 50% del total de la asignatura. Los que a su vez se subdividen en 25% de teoría y 25% de práctica.

La parte TEÓRICA equivale al 25%. En total 2,5 puntos.

Su evaluación se realizará mediante un EXAMEN FINAL TIPO TEST OBLIGATORIO PARA TODOS LOS ALUMNOS. Para la corrección del mismo se aplicará la fórmula oficial de reducción de azar. Sobre el porcentaje resultante tras la aplicación de la fórmula se realizará una regla de tres pues no hay que olvidar que el examen equivale al 25% de la mitad de la asignatura.

Se mantendrá a los alumnos convenientemente informados de la hora y aula asignadas por la Facultad tanto en clase como a través del Campus Virtual desde el momento de su publicación oficial, así como de cualquier incidencia que pudiera ocurrir.

La parte PRÁCTICA equivale al otro 25%. En total 2,5 puntos.

Su evaluación se realizará mediante los trabajos prácticos realizados en el aula, siempre con carácter presencial y no recuperable. Para que puntúen los alumnos deberán haber asistido a más de la mitad de las prácticas realizadas en el aula. En las prácticas de aula se tendrá en cuenta la redacción y las faltas de ortografía penalizarán.

Se admite UNA EXCEPCIÓN para aquellos alumnos que se encuentren trabajando siempre que acrediten convenientemente dicha situación mediante la documentación pertinente. Los alumnos que se encuentren trabajando deberán ponerse en contacto con la profesora al inicio del cuatrimestre para comunicar su situación y se les encargará un trabajo individual obligatorio que suplirá las prácticas en el aula. La entrega del trabajo para los



alumnos que se encuentren trabajando deberá realizarse como máximo el miércoles 11 de diciembre de 2019. Además, deberán realizar el examen teórico con el resto de sus compañeros.

La CALIFICACIÓN FINAL DE AZUCENA se obtendrá mediante el sumatorio de las notas obtenidas en ambas partes. Siempre que en cada una de ellas hayan obtenido un 1,25 de puntuación o más.

EVALUACIÓN DE LOS TEMAS IMPARTIDOS POR PROFESORADO DEL ÁREA DE SOCIOLOGÍA (50%)

La evaluación se realizará, a partes iguales, de teoría y de prácticas

- La evaluación de TEORÍA equivale al 25% (2,5 puntos)
- La evaluación de PRÁCTICAS equivale al 25% (2,5 puntos).

Se podrán establecer modalidades de evaluación continua, que serán explicadas por el profesor al inicio de las clases correspondientes al Bloque 2.

8. Consideraciones finales

En la segunda convocatoria de la asignatura el sistema de evaluación será únicamente mediante la prueba de examen, en las fechas oficialmente señaladas por la Facultad.

AZUCENA GARCÍA GARCÍA

En la segunda convocatoria el examen teórico seguirá las mismas normas que en la convocatoria anterior. Se guarda la nota de prácticas, en el caso de que haya, si el alumno no tuviera nota de prácticas por falta de asistencia deberá además hacer un examen práctico el mismo día del examen teórico.