

INTRODUCCIÓN ÁS RELACIÓNS PÚBLICAS E COMUNICACIÓN CORPORATIVA

GUÍA ACADÉMICA
CURSO 2020-21

Profesor/a: LUZ PÉREZ COSTAS

Mail de contacto: luz@ovopublicidade.com

Lugar de impartición	Centro	Horario	Curso	Créditos	Cuatrimestre
Aula-2	Escola de Forestais	Mércores 18:30 a 19:30	1º	1,5	2º (Xaneiro-Xuño)

1. COÑECEMENTOS PREVIOS PARA CURSAR A MATERIA

Teóricos: (non son necesarios)

Prácticos: (non son necesarios).

Diríxese a persoas observadoras, curiosas e con espírito crítico ás que lle interese coñecer como funciona a comunicación nas empresas e nas institucións, como se constrúe a reputación pública e que función ten a comunicación corporativa na opinión pública.

2. OBXECTIVOS XERAIS

- Identificar a utilidade das RR.PP para calquera actividade profesional.
- Dar a coñecer a importancia das relacións públicas e o seu papel na comunicación
- Coñecer de que maneira unha correcta xestión das relacións públicas e a comunicación pode afectar á opinión pública.
- Coñecer como se constrúe a reputación dunha marca ou institución grazas ás relacións públicas.

3. OBXECTIVOS DE APRENDIZAXE (AGÁRDASE DO ALUMNADO QUE)

- O primordial é que o estudante, tras cursar esta materia, coñeza a importancia e función das relacións públicas nas empresas e organización así como a súa relación co exterior: clientes, opinión pública etc...
- Por outra banda quérese dar a coñecer de que maneira usan as organización estas técnicas e actividades para solucionar ou restar importancia a crises de comunicación e reputación.
- Como terceiro eixo vertebrador da materia, tamén se ofrece unha panorámica xeral das técnicas e tendencias máis empregadas no ámbito das relacións públicas. Amosaranse exemplos reais e actuais.

4. VOLUME DE TRABALLO (horas)

Metodoloxía	Presenciais na aula	Presenciais fóra de aula	Factor de traballo do alumnado	Traballo persoal do alumnado	Subtotais alumnado
Traballo de Aula	15	-	1.5	22.5	37.5
Saída de campo	-	-	-	-	-
Exame	-	-	-	-	-
Total					37,5

¹ En función dos créditos asignados á materia (1.5= 15h; 3.0= 30h)

5. DISTRIBUCIÓN DE CONTIDOS

Programa teórico

Tema	Contenidos	Duración
1	<ul style="list-style-type: none"> - As relacións públicas e a comunicación corporativa. Que son, para que sirven, conceptos xerais.. - Breve historia das relacións públicas. - Etapas e implantación das Relacións Públicas en España. 	4h
2	<ul style="list-style-type: none"> - As Relacións Públicas e a súa función corporativa: estrutura, funcións dun gabinete de RR.PP. - Relacións Públicas e desinformación: o rumor, a propaganda, as noticias falsas... - As Relacións Públicas e a publicidade. 	6h
3	<ul style="list-style-type: none"> - As Relacións Públicas e a Opinión Pública - As Relacións Públicas e a Comunicación Política, exemplos do seu uso e principais técnicas. - Como as Relacións Públicas poden salvar a reputación dunha empresa ou organización. O plan de crise. 	6h
4	<ul style="list-style-type: none"> - O emprego das Relacións públicas en Galicia. Casos históricos. - Panorámica actual e novas tendencias. Repaso ás mellores campañas de RR.PP 	3h

Programa práctico

Tema	Contidos	Duración
1	Escoller unha marca comercial e identificar se usa ou non as relacións públicas na súa comunicación.	1h
2	Exemplos de noticias falsas, exercicios e recursos para identificalas	30'
3	Exercicio práctico para un caso de crise de comunicación.	30'
4	Traballo final que consistirá nun exercicio práctico no que se analizarán as técnicas de relacións públicas empregadas nun caso escollido polo alumno/a	3h

6. SAÍDAS DE ESTUDOS (se houbese)

Tema	Destino e data	Actividade a Desenvolver	Duración

7. METODOLOXÍA DOCENTE

Clases: Dado o carácter da materia, o apoio de material gráfico e audiovisual será imprescindible e enriquecerá e ilustrará o referido na parte teórica. Nesta asignatura trátanse contidos vivos aos que todos temos acceso, polo que se fomentará a participación da clase con diversos proxectos e debates sobre casos propostos pola docente e tamén polo alumnado. A dinámica consistirá na lección maxistral e participación activa dos/as alumnos.

Prácticas: A práctica desenvolverase en horas fóra de clase e basearase na elaboración de traballos breves, consistentes na análise de casos de relación públicas sinxelos. O obxectivo é afianzar os coñecementos adquiridos nas horas lectivas. Haberá un traballo final sobre un caso a escoller polo alumno seguindo unhas pautas marcadas pola docente.

8. AVALIACIÓN DA APRENDIZAXE

- Avaliación continua sobre os contidos da materia e traballo práctico final

9. BIBLIOGRAFÍA

Libros:

DEL CASTILLO, ANTONIO. (2010). Introducción a las relaciones públicas. Madrid. ISBN 978-84-614-2448-1
ROJAS ORDUÑA, OCTAVIO ISAAC. (2012). *Relaciones públicas: La eficacia de la influencia*. Madrid. Editorial ESIC

Webs:

www.extradixital.es
www.briefingalego.com
www.marketingdirecto.com

10. PLAN DE CONTINXENCIA

Ante a incerta e imprevisible evolución da alerta sanitaria provocada pola COVID- 19, a Universidade establece una planificación extraordinaria que se activará no momento en que as administracións e a propia institución o determinen atendendo a criterios de seguridade, saúde e responsabilidade, e garantindo a docencia nun escenario non presencial ou non totalmente presencial.