

Escuela de Doctorado y Estudios de Posgrado

Máster Universitario en Innovación Comunicativa en las Organizaciones

GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA :

**Relaciones públicas, protocolo y organización de eventos
(2019 - 2020)**

1. Datos descriptivos de la asignatura

Asignatura: Relaciones públicas, protocolo y organización de eventos	Código: 835901109
<p>- Centro: Escuela de Doctorado y Estudios de Postgrado</p> <p>- Lugar de impartición: -</p> <p>- Titulación: Máster Universitario en Innovación Comunicativa en las Organizaciones</p> <p>- Plan de Estudios: 2018 (Publicado en 2018-09-19)</p> <p>- Rama de conocimiento: Ciencias Sociales y Jurídicas</p> <p>- Itinerario / Intensificación:</p> <p>- Departamento/s: Ciencias de la Comunicación y Trabajo Social</p> <p>- Área/s de conocimiento: Comunicación Audiovisual y Publicidad Periodismo</p> <p>- Curso: 1</p> <p>- Carácter: Obligatoria</p> <p>- Duración: Primer cuatrimestre</p> <p>- Créditos ECTS: 3,0</p> <p>- Modalidad de impartición: Presencial</p> <p>- Horario: Enlace al horario</p> <p>- Dirección web de la asignatura: http://www.campusvirtual.ull.es</p> <p>- Idioma: Castellano</p>	

2. Requisitos para cursar la asignatura

3. Profesorado que imparte la asignatura

Profesor/a Coordinador/a: JOSE MAYER TRUJILLO PALENZUELA
- Grupo: 1
General
- Nombre: JOSE MAYER
- Apellido: TRUJILLO PALENZUELA
- Departamento: Ciencias de la Comunicación y Trabajo Social
- Área de conocimiento: Periodismo
Contacto
- Teléfono 1:
- Teléfono 2:
- Correo electrónico: jtrujilp@ull.es
- Correo alternativo:
- Web: http://www.campusvirtual.ull.es

Tutorías primer cuatrimestre:						
Desde	Hasta	Día	Hora inicial	Hora final	Localización	Despacho
Todo el cuatrimestre		Lunes	14:00	16:00	Edificio de Periodismo - GU.4A	Despacho 1º Izquierda
Todo el cuatrimestre		Miércoles	14:30	16:30	Edificio de Periodismo - GU.4A	Despacho 1º Izquierda
Todo el cuatrimestre		Martes	14:00	16:00	Edificio de Periodismo - GU.4A	Virtual

Observaciones: La tutoría de los martes será virtual.

Tutorías segundo cuatrimestre:						
Desde	Hasta	Día	Hora inicial	Hora final	Localización	Despacho
Todo el cuatrimestre		Lunes	14:00	16:00	Edificio de Periodismo - GU.4A	Despacho 1º Izquierda
Todo el cuatrimestre		Miércoles	14:30	16:30	Edificio de Periodismo - GU.4A	Despacho 1º Izquierda
Todo el cuatrimestre		Martes	14:00	16:00	Edificio de Periodismo - GU.4A	Virtual

Observaciones: La tutoría de los martes será virtual.

4. Contextualización de la asignatura en el plan de estudio

Bloque formativo al que pertenece la asignatura: **Nuevas estrategias en comunicación política y corporativa”**
 Perfil profesional:

5. Competencias

Competencias Generales

CG3 - Capacidad de trabajar en equipos interdisciplinares para lograr objetivos y resolver problemas conjuntamente
CG4 - Capacidad para la toma de decisiones a partir de habilidades y conocimientos adquiridos en contextos diversos y cambiantes del ejercicio profesional
CG5 - Capacidad para la dirección de equipos, la gestión de los recursos humanos y el liderazgo en el ámbito de la comunicación

Competencias Básicas

- CB6** - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación
- CB7** - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio
- CB8** - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios
- CB9** - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades
- CB10** - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

Competencias Específicas

- CE7** - Conocimiento de los mecanismos de planificación y gestión de la comunicación, y capacidad de aplicarlos de forma innovadora en la consecución de objetivos estratégicos de carácter institucional, empresarial o político
- CE8** - Capacidad para construir y mejorar la reputación de una organización frente a sus distintos públicos, a través de la aplicación innovadora de las herramientas y procesos de las Relaciones Públicas
- CE10** - Capacidad para crear y comunicar los intangibles vinculados al capital relacional de la organización y conocimiento de los mecanismos que generan valor para las marcas, a través del desarrollo de estrategias de comunicación publicitaria adecuadas para el logro de estos objetivos
- CE11** - Dominio de las funciones internas y externas de la dirección estratégica de comunicación de una organización, incluyendo la gestión y el liderazgo de equipos
- CE12** - Capacidad para idear, diseñar y poner en práctica un proyecto de organización y producción de un evento de cualquier naturaleza
- CE13** - Destreza para utilizar las herramientas de la comunicación corporativa y las relaciones públicas para gestionar las situaciones de crisis

6. Contenidos de la asignatura

Contenidos teóricos y prácticos de la asignatura

- Evolución histórica e incidencia de las Relaciones Públicas en la comunicación corporativa e institucional.
- La incorporación de las redes sociales a las Relaciones Públicas. Nuevas herramientas.
- Comunicación externa e interna.
- Las Relaciones Públicas y el Marketing.
- Gestión de una crisis.
- Introducción al protocolo.
- El protocolo y la comunicación.
- Planificación estratégica y sistema ceremonial organizativo (nuevas estrategias, tácticas y técnicas).
- Los eventos como herramienta de comunicación de las empresas: tipología, diseño y evaluación.

Actividades a desarrollar en otro idioma

7. Metodología y volumen de trabajo del estudiante

Descripción

- 1) Lección magistral/método expositivo (presentación o explicación por parte del profesor)
- 2) Clases prácticas (actividades supervisadas por el profesor en el aula, platós, laboratorios, etc.)
- 3) Trabajo individual y/o grupal (sesiones de trabajo supervisadas en las que los estudiantes trabajan en un objetivo común)
- 4) Evaluación (pruebas escritas, orales, prácticas... utilizadas en la evaluación del progreso de los estudiantes)
- 5) Tutoría (período de instrucción en el que interactúan profesor y estudiante con el objetivo de revisar y discutir materiales y temas presentados en clase)
- 6) Exposiciones, debates y presentación de trabajos y proyectos (supervisados por el profesor, desarrollados ante un público especializado o no especializado)
- 7) Salidas de campo, visitas (aquellas actividades que se realicen fuera del centro y que permitan al alumnado adquirir las competencias profesionales propias del periodismo)

Actividades formativas en créditos ECTS, su metodología de enseñanza-aprendizaje y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante

Actividades formativas	Horas presenciales	Horas de trabajo autónomo	Total horas	Relación con competencias
Clases teóricas	10,00	0,00	10,0	[CB6], [CB7], [CB8], [CB9], [CB10], [CG3], [CG4], [CG5], [CE7], [CE8], [CE10], [CE11], [CE12], [CE13]
Clases prácticas (aula / sala de demostraciones / prácticas laboratorio)	10,00	0,00	10,0	[CG3]
Realización de trabajos (individual/grupal)	0,00	25,00	25,0	
Estudio/preparación de clases teóricas	0,00	5,50	5,5	
Estudio/preparación de clases prácticas	0,00	5,50	5,5	
Preparación de exámenes	0,00	9,00	9,0	
Realización de exámenes	2,00	0,00	2,0	

Asistencia a tutorías	2,00	0,00	2,0	
Exposiciones, debates y defensas de trabajos y proyectos	4,00	0,00	4,0	
Salidas de campo/visitas	2,00	0,00	2,0	
Total horas	30,00	45,00	75,00	
Total ECTS		3,00		

8. Bibliografía / Recursos

Bibliografía Básica

Fernández, Fernando y Barquero, José Daniel, El libro azul del Protocolo y las Relaciones Públicas, Madrid, Mc Graw Hill, 2004

Marín Calahorro, Francisco, Protocolo y Comunicación, Barcelona, Bayer Hnos, 2006

Arceo Vacas, José Luis (coord.), Las Relaciones Públicas en España, McGraw-Hill, Madrid, 2004.

Aparecida Ferrari, María y França, Fabio. Relaciones públicas. Naturaleza, función y gestión en las organizaciones contemporáneas. La Crujía, Buenos Aires, 2011

Barquero Cabrero, José Daniel, Los secretos del protocolo, las relaciones públicas y la publicidad, Valladolid, Lex Nova, 2007

Bernays L. Edward, Barquero Cabrero, José Daniel, Barquero Cabrero, Mario, Nuevas fronteras de las relaciones públicas, Barcelona, Furtwangen editores, 2008

Delponti Macchione, Patricia, Estrategias de notoriedad y gestión de la reputación en redes sociales. (Estudio de caso). En Comunicación e Interactividad. ACCI (Asociación Cultural y Científica Iberoamericana) Madrid, 2014

Delponti Macchione, Patricia, Relaciones Públicas y medios no convencionales(BTL) en la convergencia digital de las empresas. La Pantalla insomne. Cuadernos artesanos de comunicación, 98. La Laguna (Tenerife): Latina, 2015

Grunig, James E. & Todd HUNT, Dirección de Relaciones Públicas, Gestión 2000, Barcelona, 2000.

Xifra, Jordi, Teorías y estructura de las Relaciones Públicas, McGraw-Hill, Madrid, 2003.

Túñez, Miguel, La gestión de la comunicación en las organizaciones, Zamora, Comunicación Social, 2012

Tuñez, Miguel y Costa-Sánchez, Carmen, Comunicación Corporativa. Claves y escenarios, Editorial UOC, 2014

Bibliografía Complementaria

Acland, Andrew Foyer, Cómo utilizar la mediación para resolver conflictos en las organizaciones, Paidós, Barcelona, 1990.

Adecec, La comunicación y Relaciones Públicas en España. Radiografía de un sector, Ediciones Pirámide, Barcelona, 2002.

Bernays, Edward L, Nuevas fronteras de las Relaciones Públicas, Ediciones Furtwangen, Barcelona, 2008.

Black, Sam, Casos de relaciones públicas internacionales. Los 40 mejores casos internacionales de relaciones públicas galardonados por la IPRA, Edicions Gestió 2000, Barcelona, 1994.

Costa, Joan, Identidad corporativa y estrategia de empresa: 25 casos prácticos, Barcelona, CEAC, 1992.

Cutlip, Scott, Center, Allen & Glenn Broom, Manual de Relaciones Públicas eficaces, Gestión 2000, Barcelona, 2006.

Delponti Macchione, Patricia, Digitation and its impact on the reputation of local institutions\", Libro de actas International PR 2017 Conference, Barcelona, 2017.

Delponti Macchione, Patricia y Carrascosa, LaraUna aproximación al conocimiento del Mapa

Infoparticipa por parte de los gabinetes de

prensa de los ayuntamientos tenerfeños, Libro colectivo en línea: La pantalla insomne – 2^a edición (ampliada)

<http://www.cuadernosartesanos.org/#103>

Reardon, Kathleen, La persuasión en la comunicación. Teoría y contexto, Paidós Comunicación, Barcelona, 1991

Sotelo Enríquez, Carlos, Introducción a la comunicación institucional, Ariel Comunicación, Barcelona, 2001

Wilcox, Dennis L., Glen T. Cameron, Jordi Xifra Relaciones públicas : estrategias y tácticas, Madrid, Pearson Educación, 2006

Otros Recursos

9. Sistema de evaluación y calificación

Descripción

El sistema de evaluación para los alumnos que se acojan a la **evaluación continua** comprende:

- 1) Un trabajo sobre una propuesta innovadora de comunicación en las organizaciones (40% de la nota). El trabajo se podrá hacer en grupo. Deberá consultarse al profesor la temática.
- 2) La resolución de casos, ejercicios y problemas en las clases prácticas (30% de la nota).
- 3) Exposiciones y pruebas orales individuales y en grupo (30% de la nota).

Para los alumnos que **no** puedan seguir la evaluación continua:

- 1) Un trabajo sobre una propuesta innovadora de comunicación en las organizaciones (60% de la nota). El trabajo será individual. Deberá consultarse al profesor la temática.
- 2) Exposiciones y pruebas orales individuales y en grupo (40% de la nota).

-Los alumnos que no puedan seguir la evaluación continua deberán avisar al profesor.

-Los trabajos deberán ser originales y específicos. Tanto en los trabajos como en las distintas pruebas se tendrá en cuenta la capacidad de comunicación, la corrección y la ortografía.

Estrategia Evaluativa

Tipo de prueba	Competencias	Criterios	Ponderación
----------------	--------------	-----------	-------------

Trabajos y proyectos	[CB6], [CB7], [CB8], [CB9], [CB10], [CG3], [CG4], [CG5], [CE7], [CE8], [CE10], [CE11], [CE12], [CE13]	Se valorarán las innovaciones de la propuesta, la viabilidad, el coste/beneficio y su justificación. Se analizarán los contenidos integrados por el alumno y su adecuación a lo explicado en clase. Por supuesto se tendrá en cuenta la forma de exponerlo, la corrección y la ortografía del trabajo.	40,00 %
La resolución de casos, ejercicios y problemas en las clases prácticas	[CB6], [CB7], [CB8], [CB9], [CB10], [CG3], [CG4], [CG5], [CE7], [CE8], [CE10], [CE11], [CE12], [CE13]	Se evaluará si los contenidos explicados se proyectan sobre las prácticas realizadas y otro tipo de pruebas en clase.	30,00 %
Exposiciones y pruebas orales individuales y en grupo	[CB6], [CB7], [CB8], [CB9], [CB10], [CG3], [CG4], [CG5], [CE7], [CE8], [CE10], [CE11], [CE12], [CE13]	El criterio con más peso en este tipo de pruebas será la capacidad de comunicarse, la expresión oral y la empatía demostrada.	30,00 %

10. Resultados de Aprendizaje

RA7 - Planificar y gestionar la comunicación institucional, empresarial y política de forma innovadora, para alcanzar objetivos estratégicos previamente formulados.

RA8 - Aplicar de forma innovadora los conceptos y herramientas básicas de las Relaciones Públicas, para lograr el cumplimiento de sus funciones dentro de una organización.

RA9 - Saber distinguir las herramientas del marketing y aplicarlas de forma innovadora para el logro de los distintos objetivos estratégicos que se planteen en la comunicación de las organizaciones.

RA10 - Desarrollar estrategias de comunicación publicitaria adecuadas para crear y comunicar intangibles vinculados al capital relacional de la organización y generar valor para las marcas.

RA11 - Gestionar y liderar equipos cumpliendo las distintas funciones internas y externas de la dirección estratégica de comunicación de una organización.

RA12 - Planificar, organizar y producir un evento de cualquier naturaleza, en el marco de las Relaciones Públicas de una organización.

RA13 - Gestionar de forma innovadora y creativa las situaciones de crisis de una organización, a través de las distintas herramientas de la comunicación corporativa.

11. Cronograma / calendario de la asignatura

Descripción

La programación que describimos a continuación constituye las pautas por las que nos guaremos. No obstante, está sujeta a las modificaciones oportunas.

Primer cuatrimestre

Semana	Temas	Actividades de enseñanza aprendizaje	Horas de trabajo presencial	Horas de trabajo autónomo	Total
Semana 1:			0.00	0.00	0.00
Semana 2:			0.00	0.00	0.00
Semana 3:			0.00	0.00	0.00
Semana 4:			0.00	0.00	0.00
Semana 5:			0.00	0.00	0.00
Semana 6:			0.00	0.00	0.00
Semana 7:			0.00	0.00	0.00
Semana 8:			0.00	0.00	0.00
Semana 9:			0.00	0.00	0.00
Semana 10:			0.00	0.00	0.00
Semana 13:	<ul style="list-style-type: none"> -Introducción histórica a las Relaciones Públicas. -Incidencia de las RRPP en la comunicación corporativa e institucional. ¿Para qué sirven las RRPP? 	<ul style="list-style-type: none"> -Exposiciones, debate, análisis de casos concretos. -Trabajo autónomo: lecturas, tutorías, estudio de casos concretos. 	5.00	9.00	14.00
Semana 14:	<ul style="list-style-type: none"> -Modelos de Relaciones Públicas. Instrumentos de persuasión. Gestión de una crisis. -Innovación en las Relaciones Públicas. Nuevas herramientas. en el entorno digital. -Introducción al Protocolo. El Protocolo y la Comunicación. 	<ul style="list-style-type: none"> -Exposiciones, comparación de fórmulas, puesta en común. -Trabajo autónomo: lecturas, preparación de las presentaciones, preparación del trabajo. 	10.00	14.00	24.00

Semana 15:	<ul style="list-style-type: none"> -Tipos de Protocolo. Finalidades y uso. -Planificación estratégica y sistema ceremonial organizativo (nuevas estrategias, tácticas y técnicas). -Los eventos como herramienta de comunicación de las empresas: tipología, diseño y evaluación. 	<ul style="list-style-type: none"> -Exposiciones, debate, puesta en común. -Trabajo autónomo: lecturas, preparación de examen teórico, realización de prácticas. 	7.50	14.00	21.50	
Semana 16 a 18:	<ul style="list-style-type: none"> -Organización de actos: teoría y práctica. -¿Qué comunican los actos? ¿Qué queremos comunicar? <p>Evaluación</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Exposiciones, debate, puesta en común. -Trabajo autónomo: lecturas, preparación de examen teórico, realización de prácticas. 	7.50	8.00	15.50	
Total			30.00	45.00	75.00	