

GUÍA DOCENTE ABREVIADA DE LA ASIGNATURA

M223 - Las Relaciones Públicas en la Empresa

Máster Universitario en Dirección de Marketing (Empresas Turísticas)

Curso Académico 2019-2020

| 1. DATOS IDENTIFICATIVOS | | | | | |
|--------------------------|--|------------------|-------------------|----------------------|----------------------|
| Título/s | Máster Universitario en Dirección de Marketing (Empresas Turísticas) | | | Tipología y Curso | Obligatoria. Curso 1 |
| Centro | Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales | | | | |
| Módulo / materia | ASIGNATURAS OBLIGATORIAS DE MARKETING | | | | |
| Código y denominación | M223 - Las Relaciones Públicas en la Empresa | | | | |
| Créditos ECTS | 2,5 | Cuatrimestre | Cuatrimestral (2) | | |
| Web | | | | | |
| Idioma de impartición | Español | English friendly | No | Forma de impartición | Presencial |

| | | | | | |
|----------------------|---|--|--|--|--|
| Departamento | DPTO. ADMINISTRACION DE EMPRESAS | | | | |
| Profesor responsable | ROSA PATRICIA MARTINEZ GARCIA DE LEANIZ | | | | |
| E-mail | rosapatricia.martinez@unican.es | | | | |
| Número despacho | Edificio de las Facultades de Derecho y Ciencias Económicas y Empresariales. Planta: + 2. DESPACHO (E249) | | | | |
| Otros profesores | | | | | |

3.1 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Conocimientos de los aspectos relacionados con las relaciones públicas y capacidad de toma de decisiones en el ámbito de la comunicación comercial

4. OBJETIVOS

Conocer el papel de las relaciones públicas en el mix de comunicación

Conocer aspectos éticos en el ámbito de las relaciones públicas

Conocer en profundidad las técnicas de relaciones públicas

Conocer el papel de las relaciones públicas en la gestión de una crisis

6. ORGANIZACIÓN DOCENTE

| CONTENIDOS | |
|------------|--|
| 1 | TEMA 1 - Concepto de relaciones públicas 1.1. Las relaciones públicas en el mix de comunicación 1.2. El proceso de relaciones públicas 1.3. La ética en las relaciones públicas |
| 2 | TEMA 2 - Las técnicas de relaciones públicas 2.1. Técnicas de relaciones públicas y objetivos asociados 2.2. Cómo redactar mensajes eficaces en el ámbito de las relaciones públicas 2.3. Comunicación por acción: Patrocinio |
| 3 | TEMA 3 - La comunicación en situaciones de crisis 3.1. El manual de comunicación de crisis 3.2. Como gestionar la comunicación en situaciones de crisis |
| 4 | |

7. MÉTODOS DE LA EVALUACIÓN

| Descripción | Tipología | Eval. Final | Recuper. | % |
|---|----------------|-------------|----------|---------------|
| Examen individual | Examen escrito | No | Sí | 50,00 |
| Trabajo en equipo | Trabajo | No | Sí | 40,00 |
| Desarrollo de competencias | Otros | No | No | 10,00 |
| TOTAL | | | | 100,00 |
| Observaciones | | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> - Los alumnos realizarán un examen final tipo test para evaluar los conocimientos teórico-prácticos adquiridos (calificación mínima: 4). - Igualmente, los alumnos llevarán a cabo diversos trabajos en grupo a lo largo de la asignatura (calificación mínima: 4). Coevaluación del trabajo por parte de los miembros del grupo. - Se superará la asignatura cuando la calificación global (examen final, trabajos en grupo y desarrollo de competencias) sea igual o superior a 5,00. - En caso de no superarse la asignatura, los alumnos tendrán la oportunidad de someterse a una nueva prueba de evaluación de aquella parte de la asignatura que sea definible como recuperable (examen escrito o trabajo práctico) que no haya superado en la evaluación continua. - Los alumnos dispondrán en todo momento del aula virtual de la asignatura. Esta herramienta les proporcionará métodos alternativos de acceso a los materiales, de comunicación entre los participantes de la asignatura y de evaluación del proceso de aprendizaje. Además, los alumnos podrán consultar el programa y el esquema de contenidos de la asignatura, realizar y entregar las tareas prácticas y participar en foros de debate. | | | | |
| Observaciones para alumnos a tiempo parcial | | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> - La evaluación de la asignatura para los alumnos matriculados a tiempo parcial consistirá en un examen teórico y un trabajo práctico que seguirá una estructura establecida según los contenidos de la asignatura. | | | | |

8. BIBLIOGRAFÍA Y MATERIALES DIDÁCTICOS

BÁSICA

Baines, P., Egan, J. y Jefkins, F. (2004). Public relations: Contemporary issues and techniques. Elsevier.

Arceo Vacas, J. L. (2004). Las relaciones públicas en España, McGraw Hill.

Argenti, P. y Forman, J. (2002). The power of corporate communication: Crafting the voice and image of your business, McGraw Hill.

Barquero Cabrero, J. M. (2002). El libro rojo de las relaciones públicas, Gestión 2000.

Barquero Cabrero, J. M. (2005). Comunicación estratégica: relaciones públicas, publicidad y marketing, McGraw Hill Interamericana España.

Black, S. (1994). ABC de las relaciones públicas: todos los secretos y fundamentos de las relaciones públicas, con ejemplos reales, Gestión 2000.

Rodríguez del Bosque, I. y De la Ballina Ballina, J. (1998). Comunicación comercial: Conceptos y aplicaciones, Civitas.

Wilcox, D. L. y Cameron, G. (2006). Relaciones públicas: Estrategias y tácticas, Pearson Prentice Hall.

Esta es la Guía Docente abreviada de la asignatura. Tienes también publicada en la Web la información más detallada de la asignatura en la Guía Docente Completa.