DATOS GENERALES DE LA ASIGNATURA

ASIGNATURA: Estrategias y Técnicas de las RRPP
PLAN DE ESTUDIOS: Grado en Publicidad y Relaciones Públicas (OGR-PUBLI)
CENTRO: Facultad de Ciencias Sociales
CARÁCTER DE LA ASIGNATURA: Obligatoria (OB)
ECTS: 6,0
CURSO: 3º
TEMPORALIDAD: 1º Semestre
IDIOMA EN QUE SE IMPARTE:
Castellano, excepto las asignaturas de idiomas que se impartirán en el idioma correspondiente

DATOS DEL DOCENTE

NOMBRE Y APELLIDOS: GLORIA CAMPOS GARCÍA DE QUEVEDO
EMAIL: gcampos@uemc.es
TELÉFONO: 983 00 10 00

Esta asignatura no está activa en el curso académico.

DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

OBSERVACIONES DEL CONTENIDO DE LA ASIGNATURA:

La asignatura Estrategia y Técnicas de RRPP permite conocer las claves y el proceso de trabajo de las RRPP integrando la planificación y el desarrollo de la estrategia en la comunicación e las organizaciones contando con la labor del profesional de la comunicación para obtener una visión global y ejercer con calidad la profesión.

- Proceso de trabajo en las relaciones públicas.
- Planteamiento y desarrollo estratégico de la comunicación desde el prisma organizacional.
- Integración de la función de comunicación organizacional con la dirección estratégica y la función directiva.
- Análisis del entorno organizacional y adaptación al cambio desde las relaciones públicas.

COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE A ADQUIRIR POR EL ALUMNO

COMPETENCIAS GENERALES:

- RD 822/2021. Según el Real Decreto 822/2021, el marco competencial del título se define a través de grandes competencias (GC), ubicadas temporalmente en esta categoría de "competencias generales".
- GC02. Competencia para la elaboración de géneros publicitarios y de las relaciones públicas y el desempeño de distintos perfiles profesionales. Conocer la evolución de la Publicidad y las Relaciones Públicas, los diferentes mecanismos de actuación , su implicación y proyección social , y las diversas técnicas y estéticas desarrolladas a lo largo de la historia y en la actualidad, adaptándose a los nuevos perfiles profesionales provenientes de la comunicación digital.
- GC04. Competencia para la comunicación corporativa. Conocer, analizar y diseñar estrategias de comunicación para instituciones de todo tipo, asegurando las acciones necesarias para una realización eficaz de los objetivos comunicativos diseñados.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- RD 822/2021. Según el Real Decreto 822/2021, el marco competencial del título se concreta en los resultados de aprendizaje de cada materia y asignatura

COMPETENCIAS TRANSVERSALES:

- RD 822/2021. Según el Real Decreto 822/2021, el marco competencial del título se concreta en los resultados de aprendizaje de cada materia y asignatura.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE:

El alumno será capaz de:

- SbC2.1_Subcompetencia_Interpretar la evolución de la profesión de las relaciones públicas y la publicidad así como sus géneros y metodologías de aplicación.
- SbC2.2_Subcompetencia_Elaborar y definir diferentes técnicas propias de la profesión acorde a las necesidades del entorno para cubrir las necesidades del mercado.
- SbC4.1_Subcompetencia_Interpretar objetivos y estrategias de comunicación para una comunicación corporativa de calidad.
- C2.1_Conocimiento_Comprender en profundidad todas las técnicas propias de la profesión para un buen desarrollo profesional.
- C2.2_Conocimiento_Conocer e interpretar los diferentes géneros existentes en publicidad y relaciones públicas para el desempeño de los diferentes perfiles profesionales.
- C4.2_Conocimiento_Comprender las estrategias de la comunicación corporativa para su posterior aplicación.
- H2.1_Habilidad o destreza_Analizar y elaborar géneros y mecanismos propios de la profesión de las relaciones públicas.
- H4.2_Habilidad o destreza_Analizar el entorno para su posterior aplicación en las diferentes áreas de la comunicación corporativa.
- CT2.1_Competencia transversal, valor o actitud_Desarrollar una alta capacidad de liderazgo y resolución de problemas, con capacidad para ofrecer soluciones creativas en situaciones complejas.
- CT4.1_Competencia transversal, valor o actitud_Desarrollar capacidad de liderazgo y toma de decisiones en el ámbito de la comunicación corporativa desde una actitud ética.