

## DATOS GENERALES DE LA ASIGNATURA

**ASIGNATURA:** Estrategias y Técnicas de las RRPP

**PLAN DE ESTUDIOS:** Grado en Publicidad y Relaciones Públicas (PGR-PUBLICI)

**CENTRO:** Facultad de Ciencias Sociales

**CARÁCTER DE LA ASIGNATURA:** Obligatorio

**ECTS:** 6,0

**CURSO:** 3º

**SEMESTRE:** 1º Semestre

**IDIOMA EN QUE SE IMPARTE:**

Castellano, excepto las asignaturas de idiomas que se impartirán en el idioma correspondiente

Esta asignatura no está activa en el curso académico.

## DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

### OBSERVACIONES 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.
- SC4.1\_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\_Compentencia 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\_Compentencia transversal, valor o actitud\_Desarrollar capacidad de liderazgo y toma de decisiones en el ámbito de la comunicación corporativa desde una actitud ética.