

## INTRODUCCIÓN A LA PUBLICIDAD Y A LAS RELACIONES PÚBLICAS

### DATOS BÁSICOS DE LA ASIGNATURA

Nombre de	Módulo	Optativas		
	Materia	Introducción a las Relaciones Públicas		
	Asignatura	Introducción a las Relaciones Públicas		
Código	<b>29555</b>		Tipo	Básica Obligatoria Optativa <b>X</b>
Nº de créditos	<b>6</b>			
Curso	1º		Semestre	Primavera
	2º			
	3º	x	Otoño	<b>x</b>
	4º			

### DATOS BÁSICOS DEL/DE LOS PROFESOR/ES

Nombre	Nuria Barahona Navarro		
Departamento	Comunicación, cultura y tecnología		
Correo electrónico	<a href="mailto:nbarahona@cesag.org">nbarahona@cesag.org</a>		
Horas de tutoría	A consultar en el aula virtual de la asignatura		
Despacho	22		
Lengua en que se impartirá materia/asignatura	Sesiones presenciales y bibliografía básica de la asignatura en lengua española. Actividades de la evaluación en lengua castellana o catalana a elección del alumno	Uso docente de otras lenguas	Materiales complementarios, impresos o audiovisuales en lengua inglesa

---

**DATOS ESPECÍFICOS DE LA MATERIA/ASIGNATURA****1. DESCRIPCIÓN DE LA MATERIA/ASIGNATURA****Justificación en el plan de estudios**

Las competencias y capacidades asimiladas una vez superada la materia de Introducción a la Publicidad completará la formación del alumno del grado de Periodismo en lo referente a los principales aspectos de la publicidad en prensa, radio, televisión e internet y de las relaciones públicas y su vinculación con los medios de comunicación y con la comunicación empresarial e institucional.

**Descripción del módulo en que se ubica la materia/ asignatura****Descripción de las competencias**

Los estudiantes deben matricularse de un mínimo de 18 créditos de este itinerario, el resto hasta completar los 36 ECTS pueden cursarse en el mismo itinerario o en otro distinto. Módulo orientado a quienes deseen profundizar en el conocimiento de los mercados de la comunicación audiovisual y acercarse a la gestión o a la dirección de empresas del sector. Igualmente, dirigido a aquellos interesados en la docencia y la investigación tanto universitaria como no universitaria.

**Políticas de Comunicación:** Políticas públicas de comunicación con especial atención a las políticas europeas: excepción cultural, etc. Políticas y estrategias de programación en televisión. **Gestión**

**Cultural:** Políticas públicas de gestión cultural; papel de los festivales, museos, etc. **Industrias del Ocio y el Entretenimiento:** Papel económico y cultural de este tipo de empresas. Turismo y comunicación.

**Prácticas Externas:** prácticas en empresas del sector.

**Relación con otras materias que no pertenecen al módulo**

**Antropología Social y Cultural:** Estudio de la relación entre los procesos culturales contemporáneos y los medios de comunicación. Introducción a los análisis etnográficos y su aplicación a los estudios en comunicación.

**Sociología de la Comunicación:** Estudio de los principales conceptos y procesos sociológicos. Iniciación al análisis sociológico. Teorías sociológicas de la comunicación.

**Cultura Digital:** Estudio de las áreas generales de la cultura y la comunicación contemporáneas, prestando una especial atención a los nuevos medios y su influencia en la constitución de nuevas concepciones de la cultura de masas y la modernidad, así como en la transformación de las modernas industrias culturales, del ocio y del entretenimiento. Estructuración de la información en la web. Uso de las principales herramientas para la creación y manipulación de imágenes.

**Estudios Culturales y Comunicación:** Introducción a los debates en torno al término “cultura” y sus relaciones con los procesos de comunicación masiva. Conocer los principales debates interdisciplinarios sobre el rol de los medios de comunicación en la construcción de las identidades contemporáneas.

**Industrias Culturales y del Entretenimiento: estructura y tendencias:** Características principales de este tipo de industrias; procesos de concentración, lógica del mercado; la relación local/global en los procesos culturales contemporáneos.

#### Relación con el perfil de la profesión

La asignatura de Introducción a la Publicidad y a las Relaciones Públicas forma a los estudiantes para poder ejercer las cuatro salidas profesionales que marca la ANECA:

- Director, guionista y realizador audiovisual: elaboración de guiones y dirección- realización en los distintos medios audiovisuales; y puesta en escena de un proyecto, con un plan de trabajo y un presupuesto.
- Productor y gestor audiovisual: diseño, planificación y organización de los recursos humanos, medios técnicos y presupuestarios para la producción de obras audiovisuales; creación, compra de derechos, desarrollo y comercialización de proyectos; dirección y gestión de empresas de comunicación audiovisual y multimedia.
- Diseñador de producción y postproducción visual y sonora: diseño de todos los aspectos vinculados al sonido, la imagen y el grafismo en las diversas fases de producción audiovisual ; y creación de producciones orientadas a internet, videojuegos y entornos digitales.
- Investigador, docente y experto en estudios visuales: investigación y análisis de fenómenos y procesos de comunicación audiovisual, análisis de políticas y economías del sector audiovisual a escala nacional y global; y docente en enseñanzas superiores y medias de materias de comunicación y nuevas tecnologías del audiovisual.

#### Conocimientos previos necesarios

-

## **2. COMPETENCIAS DE LA TITULACIÓN QUE LA ASIGNATURA/MATERIA CONTRIBUYE A ALCANZAR:**

### **Competencias Generales del CESAG que la asignatura/materia contribuye a adquirir:**

- Dominar los medios de expresión iconográficos, informáticos y gráficos
- Diseñar y gestionar proyectos innovadores y creativos desde una visión ética.
- Aplicar los conocimientos adquiridos a la práctica.
- Aprender a aprender.

### **Competencias específicas de la titulación que la asignatura/materia contribuye a adquirir:**

- Conocer, comprender y analizar críticamente la relación entre los productos audiovisuales y los diversos factores socioculturales que intervienen en la recepción y consumo.
- Conocer los procesos de ideización y de la narrativa audiovisual y elaborar guiones audiovisuales.
- Valorar la obra audiovisual desde el punto de vista estético.

## **3. OBJETIVOS/COMPETENCIAS (RESULTADOS DE APRENDIZAJE):**

- Conocer y analizar críticamente la relación entre los productos audiovisuales interactivos y los diversos factores socioculturales que intervienen en su recepción y consumo.

## **4. CONTENIDOS:**

- BLOQUE I: INTRODUCCIÓN
  - *Marketing y marketing mix*
- BLOQUE II: INTRODUCCIÓN A LA PUBLICIDAD
  - Estructura de la Publicidad
  - El proceso
- BLOQUE III: INTRODUCCIÓN A LAS RELACIONES PÚBLICAS
  - ¿Qué son las Relaciones Públicas?
  - Elementos estructurales
  - Planificación, comunicación y diagnóstico
- BLOQUE IV: Nuevas tendencias en la comunicación empresarial

## 5. METODOLOGÍA:

Modalidades organizativas			
<b>Interacción profesor-estudiante (Presencial / on line)</b>			
Centradas en el profesor	Clases teóricas Clases prácticas		30 %
Centradas en el estudiante	Seminarios-Talleres Exposición de trabajos		10 %
Actividad de evaluación			
<b>Trabajo autónomo del estudiante (No presencial)</b>			
Estudio y trabajo individual	Estudio de la teoría Preparación de trabajos Preparación de la actividad de evaluación		60 %
Estudio y trabajo en grupo	Estudio de la teoría Preparación de trabajos Preparación de la actividad de evaluación		
Metodologías		Componentes de las competencias	
	Saber	Saber hacer	Saber ser-estar
	Competencias técnicas	Competencias metodológicas	Competencias sociales y personales
Método expositivo/ Lección magistral	X		
Estudio de casos			
Resolución de ejercicios y problemas			
Aprendizaje basado en problemas		X	X
Aprendizaje orientado a proyectos		X	X
Aprendizaje cooperativo		X	X
Aprendizaje autónomo		X	X
Cronograma semanal			



## 6. EVALUACIÓN

<b>Estrategias de evaluación</b>
<b>Pruebas de respuesta corta</b>

Semana del 1er semestre	Actividad presencial			Actividad autónoma			Total horas
	Tipo de actividad	Agrupamiento	Horas	Tipo de actividad	Agrupamiento	Horas	
1 20-26 feb	Presentación / Lección magistral	GG/GP	4	Lectura y estudio	Individual	2	6
2 27 feb-4 mar 1 no lectivo	Lección magistral/estudio de caso	GG/GP	4	Lectura y estudio	Individual	4	8
3 5-11 mar	Lección magistral / Exposición trabajo	GG/GP	4	Lectura/estudio/Práctica	Individual	6	10
4 12-18 mar	Lección Magistral / Estudio de caso/Exposición	GG/GP	4	Lectura/estudio/Práctica	Individual	6	10
5 19-25 mar	Lección magistral/estudio de caso	GG/GP	4	Lectura y estudio	Individual	4	8
6 26 mar-1 abr	Lección magistral / Estudio de caso	GG/GP	4	Lectura y estudio	Individual	4	8
7 2-8 abr Desde 4 a las 14.00 no lectivo			0	Lectura y estudio	Individual	4	8
8 9-15 abr no lectivo			0	Lectura/estudio/Práctica	Individual	6	10
9 16-22 abr	Lección magistral/Estudio de caso	GG/GP	4	Lectura y estudio	Individual	4	8
10 23-29 abr	Estudio de caso/Exposición	GG/GP	4	Lectura/estudio/Práctica	Individual	4	10
11 30 abr-6 may	Lección magistral/Estudio de caso	GG/GP	4	Lectura y estudio	Individual	4	8
12 7-13 may	Estudio de caso/Exposición	GG/GP	4	Lectura/estudio/Práctica	Individual	6	8
13 14-20 may	Prueba escrita/corrección	GG/GP	4	Lectura y estudio	Individual	2	6
14 21-27 may	Lección magistral / Estudio de caso		4	Lectura y estudio	Individual	4	4
15 28 may-3 jun	Estudio de caso/Exposición		4	Lectura y estudio	Individual	4	4
16 4-10 jun	Lección magistral/Estudio de caso	GG/GP	4	Lectura y estudio	Individual	4	8
17 11-17 jun	Lección magistral / Estudio de caso	GG/GP	4	Lectura y estudio	Individual	4	8
18 18-24 jun Exámenes	Estudio de caso/Lección magistral	GG/GP	4	Lectura y estudio	Individual	6	10
19 25 jun-1 jul Exámenes	Prueba escrita	GG	2	Lectura y estudio	Individual	6	8
<b>Total</b>			<b>66</b>			<b>84</b>	<b>150</b>

Trabajos y proyectos
Técnicas de observación

Resultados de aprendizaje Instrumentos de evaluación y su peso en la calificación					
	Instrumento	Peso en la calificación %	en la	Mínimos	Carácter
Conocer y analizar críticamente la relación entre los productos audiovisuales interactivos y los diversos factores socioculturales que intervienen en su recepción y consumo.	Pruebas de respuesta corta	50 %	25 %	R	
	Trabajos y proyectos	50 %	25 %	R	
	Técnicas de observación	10 %	5 %	NR	

<b>Mecanismos de seguimiento de la materia/ asignatura</b>
Sesiones presenciales
Tutoría de seguimiento, presenciales o virtuales
Aula virtual

## 7. RECURSOS

<b>Bibliografía básica</b>
Se facilitará a través del Aula Virtual
<b>Bibliografía complementaria</b>
Se facilitará a través del Aula Virtual
<b>Otros Recursos</b>
Se facilitarán a través del Aula Virtual