

GUÍA DOCENTE

RELACIONES PUBLICAS Y GESTION DE LA COMUNICACION

MÁSTER U. EN INVESTIGACIÓN APLICADA A LA COMUNICACIÓN

CURSO 2024-25



Fecha de publicación: 26-06-2024

 **Q2803011B UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS**
Fecha firma: 23/05/2025 19:34 | Hash: 5009e5d47dc921d41a9303cb6d101472.

I.-Identificación de la Asignatura	
Tipo	OPTATIVA
Período de impartición	1 curso, 1S semestre
Nº de créditos	3
Idioma en el que se imparte	Castellano

II.-Presentación
<p>En este curso abordaremos los fundamentos básicos relacionados con el planteamiento, el proceso de investigación y los métodos en el ámbito de las relaciones públicas y la gestión de comunicación. El estudio científico de las relaciones públicas tiene su origen en la sistematización de los conceptos aplicados a la profesión y es precisamente la experiencia profesional en la implantación de los programas de relaciones públicas y la metodología para desarrollarlos, lo que supuesto la base de la disciplina desde sus orígenes. En la actualidad, la investigación en Relaciones Públicas y la Gestión de comunicación se plantea desde diversos paradigmas de las ciencias sociales. Esta asignatura pretende ofrecer una visión actualizada sobre la disciplina y los distintos enfoques de estudio.</p> <p>Conocimientos específicos: Se recomienda tener conocimiento de los fundamentos de la comunicación estratégica y las relaciones públicas (Asignaturas en planes de estudio de licenciatura españoles: Fundamentos de las relaciones públicas, Comunicación corporativa, Teoría y técnica de las relaciones públicas y Planificación estratégica de relaciones públicas).</p> <p>Idiomas:</p> <p>Español: correcta comprensión y expresión oral y escrita</p> <p>Inglés: lectura comprensiva</p>

III.-Resultados de Aprendizaje

CG01. Analizar la realidad de los fenómenos sociales y comunicacionales característicos de las sociedades contemporáneas.

CG02. Conocer el contexto social global en el que se desarrolla la investigación sobre comunicación, atendiendo a las dinámicas sociales, económicas, legales e históricas.

CG04. Gestionar información, proveniente de diversas fuentes, utilizando técnicas de búsqueda, identificación, selección y recogida de información.

CG07. Adquirir una disposición favorable a la formación permanente y actualizada para hacer frente a los cambios y novedades (de orden social, cultural, tecnológico, etc.) puedan suceder en el curso de la vida profesional.

CG12. Comunicar con rigor en el uso de la lengua y claridad en la exposición de las ideas.

CE01. Conocer y utilizar con solvencia la terminología y los conceptos clave utilizados en la investigación en comunicación.

CE03. Trabajar productivamente con ideas y teorías, vinculando los dispositivos conceptuales con la realidad que aquellos pretenden explicar o comprender.

CE15. Conocimiento de la evolución histórica y las perspectivas teóricas actuales en la investigación sobre relaciones públicas, comunicación institucional y gestión de la comunicación.

IV.-Contenido

IV.A.-Temario de la asignatura

Temario de la asignatura

Bloque temático	Tema	Apartados
I.- Fundamentos y conceptos de las relaciones públicas y la gestión de comunicación	Tema 1. Definición y principales conceptos.	Carácter científico de la materia en el marco de las ciencias de la comunicación y de las ciencias sociales. Metodologías y fuentes. Conceptos de la gestión de comunicación y las relaciones públicas.
	Tema 2. Enfoques de relaciones públicas.	Principales perspectivas teóricas Perspectiva sistémica. Perspectiva retórica Perspectiva crítica Perspectivas sociológicas europea de RP
II.- Tendencias actuales en investigación en relaciones públicas y gestión de la comunicación	Tema 3. Investigación sobre la profesión. Investigación sobre el campo de estudio Tema 4 Comunicación digital	Evolución de la investigación de la profesión Evolución digital de las relaciones públicas. Investigación de la producción académica.
	Tema 5. Investigación sobre intangibles corporativos	Delimitación de conceptos Investigación en RSC Sostenibilidad y ESG Investigación empírica en Reputación e imagen. Los intangibles corporativos y nuevos enfoques.
	Tema 6. Comunicación de crisis, riesgos y emergencias	•Conceptos de crisis y riesgo •Tendencias en la comunicación de crisis

IV.B.-Actividades formativas

Tipo	Descripción
Prácticas / Resolución de ejercicios	Semana 4 Exposición y debate de lecturas 5 y 6
Prácticas / Resolución de ejercicios	Semana 5 Exposición y debate de lecturas 7
Prácticas / Resolución de ejercicios	Semana 6 Evaluación

Prácticas / Resolución de ejercicios	Semana 1 Lecturas / Debate
Prácticas / Resolución de ejercicios	Semana 2 Estudio de caso / Lecturas / Debate
Prácticas / Resolución de ejercicios	Semana 3 Resolución de problema / Lecturas / Debate
Prácticas / Resolución de ejercicios	Semana 4 Resolución de problema / Lecturas / Debate
Prácticas / Resolución de ejercicios	Semana 5 Resolución de problema / Lecturas / Debate
Prácticas / Resolución de ejercicios	Semana 3-6 Exposición y debate lecturas
Prácticas / Resolución de ejercicios	Semana 3 Exposición y debate lecturas 4



V.-Tiempo de Trabajo del estudiante (30h grado y 25h máster)	
Clases teóricas	14
Clases de resolución de ejercicios, problemas, casos, etc.	10
Prácticas en laboratorios experimentales, tecnológicos, clínicos, campo, etc.	0
Realización de pruebas	0
Tutorías académicas	6
Actividades relacionadas: jornadas, seminarios, etc.	0
Preparación de clases teóricas	30
Preparación de prácticas/ejercicios/casos	15
Preparación de pruebas	0
Total de horas de trabajo del alumnado	75

VI.-Metodología y plan de trabajo		
Tipo	Periodo	Contenido
Otras Actividades	Semana 1 a Semana 6	Práctica de debates y crítica académica de textos en aula [AP]
Otras Actividades	Semana 1 a Semana 6	Aprendizajes orientados al desarrollo y/o planificación de proyectos, obras, productos, etc., mediante trabajos del estudiante en modo individual o grupal [AP]
Pruebas	Semana 1 a Semana 6	Prueba escrita presencial [AP]
Clases Teóricas	Semana 1 a Semana 6	[AP] Exposición y explicación de contenidos.
Tutorías académicas	Semana 1 a Semana 6	Orientación y apoyo docente mediante Tutorías individuales o grupales [AP]
Lecturas	Semana 1 a Semana 6	Utilización de materiales de apoyo didáctico [AP]
Seminarios	Semana 1 a Semana 6	Encargo de actividades externas al aula pertinentes para la adquisición de competencias de la materia (asistencia a jornadas, seminarios, eventos de interés, etc.) [AP]



 **Q2803011B UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS**
Fecha firma: 23/05/2025 19:34 | Hash: 5009e5d47dc921d41a9303cb6d101472.

VII.-Método de evaluación

El modelo de evaluación general es la evaluación continua, tal como establece el Reglamento de evaluación de los resultados de aprendizaje de la Universidad Rey Juan Carlos.

Deberán utilizarse todos los sistemas de evaluación establecidos para la asignatura en la memoria de la titulación, excepto aquellos que tuviesen una ponderación mínima del 0%, que podrán utilizarse en los cursos académicos en los que el profesorado lo considere oportuno. Cada uno de los sistemas de evaluación podrá ser aplicado mediante una o más actividades de evaluación, coherentes con ese sistema. Ninguna de las actividades de evaluación podrá superar individualmente el 60% de la calificación global de la asignatura.

La suma de las actividades de evaluación no revaluables no podrá superar el 40% de la calificación global de la asignatura y, en general, no deberían tener nota mínima (salvo en el caso de actividades de carácter práctico en las que, estrictamente, no pudieran reproducirse en la convocatoria extraordinaria las condiciones de evaluación de la convocatoria ordinaria).

Los estudiantes que no consigan superar la asignatura en la convocatoria ordinaria, o no se hayan presentado, podrán presentarse a la convocatoria extraordinaria únicamente a las actividades de evaluación revaluables no superadas.

La distribución y características de las actividades de evaluación son las que se describen a continuación.

VII.A.- Descripción de las pruebas de evaluación y su ponderación

Descripción de las pruebas de evaluación y su ponderación:

Prueba final escrita (Examen). Nota Mínima 5. 50% Evaluable en periodo ordinario a través del campus virtual. Reevaluable en periodo extraordinario [AP]

Trabajos individuales o grupales 25%. Periodo de evaluación continua. No reevaluable [AP]

Evaluación de actividad teórico-práctica (análisis de casos, resolución de problemas, etc.) en aula 25%. Periodo de evaluación continua. No reevaluable. [AP]

Los detalles específicos de aplicación de estos criterios por cada profesor con sus grupos serán detallados al inicio del curso.

VII.B.- Evaluación de estudiantes con dispensa académica de asistencia a clase

La concesión de Dispensa Académica de Asistencia a Clase (DAAC no implica que el estudiante quede automáticamente eximido de participar en las actividades de evaluación continua ni en las actividades formativas presenciales de asistencia obligatoria establecidas en la guía docente. Una vez concedida la dispensa, el estudiante deberá contactar con el docente, que podría proponerle las adaptaciones que considere convenientes, siempre que garanticen la adquisición y adecuada evaluación de los resultados de aprendizaje previstos. El estudiante deberá mantener a lo largo de curso una comunicación fluida con el docente para que este le proporcione información sobre las fechas en que se realizarán esas actividades formativas y de evaluación, en caso de que su programación no estuviese ya fijada y a disposición de los estudiantes en el momento de la concesión de la dispensa.

Asignatura con posibilidad de dispensa: Si

VII.C.- Revisión de las pruebas de evaluación

Se realizará conforme al Reglamento de evaluación de los resultados de aprendizaje de la Universidad Rey Juan Carlos.

VII.D.- Estudiantes con discapacidad o necesidades educativas especiales

A fin de garantizar la igualdad de oportunidades, la no discriminación, la accesibilidad universal y la mayor garantía de éxito académico, los y las estudiantes con discapacidad o con necesidades educativas especiales podrán solicitar adaptaciones curriculares para el seguimiento de sus estudios. Esas adaptaciones serán pautadas por la Unidad de Atención a Personas con Discapacidad de la Universidad Rey Juan Carlos, de acuerdo con la normativa que regula el servicio de Atención a Estudiantes con Discapacidad de la Universidad.

Dicha Unidad emitirá un informe de adaptaciones curriculares, por lo que los y las estudiantes con discapacidad o necesidades educativas especiales deberán contactar con la Unidad (discapacidad.programa@urjc.es), a fin de analizar conjuntamente las distintas alternativas.

VII.E.- Conducta académica, integridad y honestidad académica



La Universidad Rey Juan Carlos está plenamente comprometida con los más altos estándares de integridad y honestidad académica, por lo que estudiar en la URJC supone asumir y suscribir los valores de integridad y la honestidad académica recogidos en el Código Ético de la Universidad (<https://www.urjc.es/codigoetico>).

Para acompañar este proceso, la Universidad dispone de la Normativa de Convivencia de la Universidad Rey Juan Carlos (<https://www.urjc.es/images/Universidad/Presentacion/normativa/normativa%20convivencia%20universitaria.pdf>) y de diferentes herramientas (antiplagio, supervisión) que ofrecen una garantía colectiva para el completo desarrollo de estos valores esenciales.

VIII.-Recursos y materiales didácticos

Bibliografía básica

Tench, R., Veri, D., Zeffass, A., Moreno, A. &Verhoeven, P. (March 2017). *Communication Excellence - How to Develop, Manage and Lead Exceptional Communications*. London: Palgrave Macmillan

Tench, R., Veri, D., Zeffass, A., Moreno, A. &Verhoeven, P. (March 2017). *Communication Excellence - How to Develop, Manage and Lead Exceptional Communications*. London: Palgrave Macmillan

Tench.R. &Yeomans, L. (2017) *Exploring Public Relations: Global Strategic Communication, 4th Edition*, FT Pearson

Van Ruler (2018) *Reflective communication scrum: récipe for accountability*. Eleven International Publishing

Zeffass, A., Veri, D., Verhoeven, P., Moreno, A., &Tench, R. (2015). *European Communication Monitor 2015. Creating communication value through listening, messaging and measurement. Results of a Survey in 41 Countries*. Brussels: EACD/EUPRERA, Helios Media

Zeffass, A., Veri, D., Verhoeven, P., Moreno,A. &Tench, R. (2019). *European Communication Monitor 2019. Exploring trust in the profession, authenticity, artificial intelligence and new content strategies. Results of a survey in 46 countries*. Brussels: EUPRERA.

Zeffass, A., Verhoeven, P., Moreno, A., Tench, R., &Veri, D. (2016). *European Communication Monitor 2016. Exploring trends in big data, stakeholder engagement and strategic communication. Results of a Survey in 43 Countries*. Brussels: EACD/EUPRERA, Quadriga Media Berlin

Zeffass, A., Verhoeven, P., Moreno, A., Tench, R., &Veri, D. (2020). *European Communication Monitor 2020. Ethical challenges, gender issues, cyber security, and competence gaps in strategic communication. Results of a survey in 44 countries*. Brussels: EUPRERA/EACD

Zeffass, A., Verhoeven, P., Tench, R., Moreno, A., &Verci, D. (2011). *European Communication Monitor 2011. Empirical insights into strategic communication in Europe. Results of an empirical survey in 43 Countries*. Brussels: EACD, EUPRERA .

Zeffass, A., Veri, D., Verhoeven, P., Moreno, A., &Tench, R. (2012). *European Communication Monitor 2012. Challenges and competencies for strategic communication. Results of an empirical survey in 42 Countries*. Brussels: EACD, EUPRERA

Zeffass, A., Veri, D., Verhoeven, P., Moreno, A., &Tench, R. (2015). *European Communication Monitor 2015. Creating communication value through listening, messaging and measurement. Results of a survey in 41 countries*. Brussels: EACD/EUPRERA, Helios Media

Bowman, S. E. Crookes, A. Ihlen, Ø. &Romenti, S. (Eds.), *Public relations and the power of creativity: Strategic opportunities, innovation and critical challenges*. Bingley, UK: Emerald.

Ihlen, Ø. &Fredriksson, M. (Eds.). (2018). *Public relations and social theory: Key figures, concepts and developments*. New York: Routledge.

Ihlen, O., &Heath, R. L. (Eds.). (2018). *The handbook of organizational rhetoric and communication*. John Wiley &Sons.

Brønn, P. S. Romenti, S. &Zeffass, A. (Eds.) (2016), *The Management Game of Communication*. Bingley, UK: Emerald

Carayol V., Bouldoires A., *Discordances des temps, rythmes, temporalité, urgence à l'ère de la globalisation de la communication* (French

Carayol V., Frame A., *Communication and PR from a Cross-Cultural Standpoint. Practical and Methodological Issues*



Castillo Esparcia, A. (2010). <i>Introducción a las relaciones públicas</i> . España, Instituto de Investigación en Relaciones Públicas (IIRP)
Catellani A; Zerfass A; Tench R (2015) <i>Communication Ethics in a Connected World</i> . Peter Lang Gmbh, Internationaler Verlag Der Wissenschaften.
Catellani A., <i>Les nouvelles Lutttes sociales et environnementales</i>
Coombs , W. Timothy (2014): <i>Ongoing Crisis Communication: Planning, Managing, and Responding</i> . London: Sage
Cornelissen, J (2017): <i>Corporate Communication. A guide to Theory &Practice</i> . London: SAGE
Van Ruler, B. &Korver, F. (2019) <i>The Communication Strategy Handbook: Toolkit for Creating and Winning Strategy</i> . Peter Lang.
Van Ruler, B., Smit, I., Ihlen, Ø., Romenti, S. (Eds.). (2017). <i>How strategic communication shapes value and innovation in society?</i> Bingley, UK: Emerald.
Van Ruler. B. &Vercic, D. (2010). <i>Communication Management</i>
Volk, S. C., Berger, K., Zerfass, A., Bisswanger, L., Fetzer, M., &Köhler, K. (2017). <i>How to play the game. Strategic tools for managing corporate communications and creating value for your organization (Communication Insights, Issue 3)</i> . Leipzig, Germany: Academic Society for Management &Communication
Zerfass, A., Moreno, Á., Tench, R., Veri, D., &Verhoeven, P. (2017). <i>European Communication Monitor 2017: How strategic communication deals with the challenges of visualisation, social bots and hypermodernity: Result of a survey in 50 countries</i> . BrusselsEACD/EUPRERA
Zerfass, A., Moreno, A., Tench, R., Veri, D., &Verhoeven, P. (2008). <i>European Communication Monitor 2008. Trends in communication management and public relations –Results and implications</i> . Leipzig: University of Leipzig/EUPRERA.
Zerfass, A., Moreno, A., Tench, R., Veri, D., &Verhoeven, P. (2009). <i>European Communication Monitor 2009. Trends in communication management and public relations. Results of a survey in 34 countries</i> . Brussels: EACD/EUPRERA, Helios Media
Zerfass, A., Moreno, A., Tench, R., Veri, D., &Verhoeven, P. (2013). <i>European Communication Monitor 2013. A changing landscape –managing crises, digital communication and CEO positioning in Europe. Results of a survey in 43 countries</i> . Brussels: EACD/EUPRERA, Helios Media
Zerfass, A., Tench, R., Verhoeven, P., Vercic, D., &Moreno, A. (2018). <i>European Communication Monitor 2018. Strategic communication and the challenges of fake news, trust, leadership, work stress and job satisfaction. Results of a survey in 48 countries</i> . Quadriga Media Berlin
Zerfass, A., Tench, R., Veri, D., Verhoeven, P., &Moreno, A. (2014). <i>European Communication Monitor 2014. Excellence in strategic communication –Key issues, leadership, gender and mobile media. Results of a survey in 42 countries</i> . Brussels: EACD/EUPRERA, Helios Media.
Zerfass, A., Tench, R., Verhoeven, P., Veri, D., &Moreno, A. (2010). <i>European Communication Monitor 2010. Status quo and challenges for public relations in Europe. Results of an empirical survey in 46 countries</i> . Brussels: EACD, EUPRERA.
Zerfass, A., Van Ruler, B., Rogojinaru, A., Veri, D., &Hamrefors, S. (2007). <i>European Communication Monitor 2007. Trends in communication management and public relations –Results and implications</i> . Leipzig: University of Leipzig/EUPRERA.

Frandsen F; Johansen W; Tench R; Romenti S (2019) Big Ideas in Public Relations Research and Practice . Emerald Publishing Limited.
Heath, R. L. &Johansen, W. (Eds.), <i>The international encyclopedia of strategic communication</i> . Malden, MA: Wiley-Blackwell
Heide M, Simonsson C. , “Internal Crisis Communication: Crisis Awareness, Leadership, and Coworkership”
Ingenhoff D., White C., Buhmann A., Kiousis S., Bridging Disciplinary Perspectives of Country Image Reputation, Brand, and Identity
Invernizzi E., Muzi Falconi T., Romenti S., Institutionalising PR and corporate communication (volume 1 and 2)
John M. Bryson (2018): Strategic Planning for Public and Nonprofit Organizations: A Guide to strengthening and sustaining organizational Achievement. New Jersey: Wile
Johnston, K. A. &Taylor, M. (Eds.), <i>Handbook of communication engagement</i> (pp. 133-152). Malden, MA: Wiley-Blackwell
Matilla, K. (Ed.). (2015). <i>Cambio social y relaciones públicas</i> . Editorial UOC
Moreno, A., Molleda, J. C., Álvarez Nobell, A. Herrera, M., Athaydes, A. y Suárez, A. M. (2019). Comunicación estratégica y sus retos: fake news, confianza, información para la toma de decisiones, liderazgo y compromiso laboral. Resultados de una encuesta en 19 países. Bruselas &Madrid: EUPRERA/Dircom
Moreno, A., Molleda, J. C., Athaydes, A. &Suárez, A. M., Herrera, M. y Álvarez Nobell, A. (2017). <i>Latin American Communication Monitor 2016-2017. Tendencias en comunicación estratégica: big data, automatización, engagement, influencers, coaching y competencias. Resultados de una encuesta en 17 países</i> . Madrid, España: DIRCOM/EUPRERA, ISBN 978-3-942263-40-5.
Moreno, A., Molleda, J.C., Athaydes, A., &Suárez, A.M. (2015). <i>Latin American Communication Monitor 2014- 2015. Excelencia en comunicación estratégica, trabajo en la era digital, social media y profesionalismo. Resultados de una encuesta en 18 países</i> . Brussels, Belgium: EUPRERA
Laluzza, F. (2017). The show must go on. <i>The show must go on</i> , Torrosa
Almansa Martínez, A. M., Amado, A., Arribas, A., Bendezú Untiveros, R., Bernal
Acevedo, D., Castellero-Ostio, E., ... &Herrera Echenique, R. (2020). Comunicación estratégica: interfaz relacional entre organizaciones y sus stakeholders.
Ordeix E; Carayol V; Tench R (2015) Introduction: A new era of understanding for public relations theory and practice. https://doi.org/10.3726/978-3-0352-6527-9
Rodríguez Perea, E. (2017). <i>Comunicación de riesgo y estudio de caso: los polígonos químicos españoles</i> . Editorial UOC
Somerville, I., Edwards, L., &Ihlen, Ø. (Eds.). (2019). <i>PR and society: The generative power of history in the present and future</i> . London: Routledge.
Tench R; Catellani A; Zeffass A ed. (2015) Communication Ethics in a Connected World: Research in Public Relations and Organisational Communication. Peter Lang
Tench R; Devins D; Willis; Mitchell C; Brusati L; Frandsen F; Fadele P; Lacuzzi S; Ianniello M; Johansen W (2016) Complexity Engagement: Stakeholders, Collaboration and Challenging Problems. ISBN 978-1-907240-69-0
Tench R; Jones B; Sun W (2018) The Critical State of Corporate Social Responsibility in Europe. Emerald Group Publishing
Tench R; Ordeix E; Carayol V ed. (2015) Public Relations, Values and Cultural Identity. Peter Lang

Tench R; Zerfass A; Verhoeven P; Vercic A; Moreno A; Okay A (2016) Communication Management Competencies for European Practitioners

Munshi, D., &Kurian, P. (2020). *Public relations and sustainable citizenship: Representing the unrepresented*. Routledge.

Valentini, C. (2021). Public relations and social influence: Understanding the roots of a contested profession. *Public Relations. Berlin/Boston: De Gruyter Mouton*, 3-20.

Bibliografía complementaria

IX.-Profesorado

Nombre y apellidos	MARIA ANGELES MORENO FERNANDEZ
Correo electrónico	mariaangeles.moreno@urjc.es
Departamento	Periodismo y Comunicación Corporativa
Categoría	Catedrático/a de Universidad
Titulación académica	Doctor
Responsable de asignatura	Si
Horario de Tutorías	Para consultar las tutorías póngase en contacto con el/la profesor/a a través de correo electrónico
Nº de Quinquenios	4
Nº de Sexenios	3
Nº de Sexenios de transferencia	0
Nº de evaluaciones positivas Docencia	3

