

GUÍA DOCENTE

PROCESOS PERIODÍSTICOS Y RELACIONES CON LOS MEDIOS

GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

CURSO 2026-27

Fecha de publicación: 06-07-2026



I.-Identificación de la Asignatura	
Tipo	OBLIGATORIA
Período de impartición	3 curso, 2Q semestre
Nº de créditos	6
Idioma en el que se imparte	Castellano

II.-Presentación
La asignatura de <i>Procesos Periodísticos y Relaciones con los Medios</i> pretende formar al alumno/a a la hora de comprender la importancia informativa de todas las rutinas periodísticas en los procesos comunicativos necesarios para el ejercicio de su futura profesión. Bajo esta perspectiva, se enseñarán las diferentes bases que sustentan las labores periodísticas que abarcarán desde los criterios de noticia, los géneros informativos e interpretativos, las fuentes, los gabinetes de comunicación y todo aquello relativo a los efectos de la información institucional que el alumnado de Publicidad y Relaciones Públicas necesita conocer. Para el buen desarrollo de la asignatura será requisito necesario la familiaridad con la prensa, su lectura y un juicio crítico desde las diferentes perspectivas mediáticas. La asignatura instruirá al estudiantado en ello y le mostrará la interacción real entre el proceso periodístico y las relaciones públicas.
II.B-Presentación en inglés
null

III.-Resultados de Aprendizaje



CG01. Capacidad analítico-crítica e interpretativa adquirida desde la reflexión y el estudio de la práctica publicitaria y de las relaciones públicas

CG02. Capacidad para resolver problemas, plantear estrategias y evaluar la repercusión de las soluciones propuestas desde los marcos teórico-prácticos ofrecidos por las Ciencias de la Comunicación.

CG08. Reconocimiento de las posibilidades y limitaciones que plantea la gestión de recursos limitados propios de todo entramado empresarial, mediante el acercamiento a la realidad profesional que permitirán las prácticas en empresas e instituciones, y en los propios laboratorios docentes.

CG10. Capacidad para dirigir y gestionar la comunicación de las empresas, y diseñar modelos empresariales propios de su profesión, distribuir recursos y planificar modelos de gestión económicos y humanos (Dirección de empresas y organizaciones).

CE03. Potenciar las capacidades expresivas de los medios, soportes y formatos publicitarios y de comunicación organizacional, tanto convencionales como digitales, para la elaboración de mensajes y campañas de comunicación.

CE04. Valorar y seleccionar los vehículos de difusión más adecuados en función de las estrategias de comunicación, tanto en medios convencionales como digitales.

CE08. Conocer el funcionamiento de los perfiles profesionales de director de comunicación y relaciones públicas y técnicos de relaciones públicas.

CE09. Planificar estratégicamente la comunicación organizacional en sus dimensiones interna y externa y comercial y corporativa.

CE10. Producir herramientas de comunicación organizacional en sus dimensiones interna y externa y comercial y corporativa utilizando todos los lenguajes y canales no mediáticos y mediáticos tradicionales y digitales disponibles en la actualidad.

CE15. Conocer el contexto social y sus metodologías de análisis para poder interpretar la realidad de las organizaciones y diagnosticar sus situaciones comunicativas.

CE23. Utilizar de manera plena y solvente la lengua española.

- Leyenda para las titulaciones no adaptadas al RD 822/21: **CB** - competencias básicas, **CG** - competencias generales, **CE** - competencias específicas, **CT** - competencias transversales.
- Leyenda para las titulaciones adaptadas al RD 822/21: **CON** - conocimientos, **COM** - competencias, **HAB** - habilidades.



IV.-Contenido

IV.A.-Temario de la asignatura

Tema 1. Proceso Informativo: 1.1. Ecosistema mediático actual: prensa, radio, televisión, medios digitales y redes sociales. 1.2. Desarrollo del trabajo informativo. 1.3. Estructura y organización de una redacción.

Tema 2. Fuentes Informativas: 2.1. La redacción y las relaciones con las fuentes. 2.2. Fuentes Primarias. 2.3. Fuentes secundarias. 2.4. Fuentes contextuales, documentales y de referencia. 2.5. Las agencias de noticias.

Tema 3. Géneros: La noticia: 3.1. La redacción periodística: los géneros. 3.2. Criterios de noticiabilidad. 3.3. Selección informativa y características. 3.4. Estructura de la noticia.

Tema 4. Géneros: El reportaje y la entrevista: 4.1. Introducción al reportaje y entrevista como géneros informativos. 4.2. Reportaje: planteamiento, fuentes, estructura y redacción. 4.3. La entrevista como herramienta de trabajo.

Tema 5. Relaciones con los medios: 5.1. Comunicación institucional. 5.2. Rutinas periodísticas aplicadas a la comunicación institucional. 5.3. La organización de actos y puesta en escena. 5.4. Nuevas formas de comunicación.

IV.B.-Actividades formativas

Tipo	Descripción
Asistencia a clases teóricas	Conocimiento y familiaridad con el proceso teórico y práctico de la información periodística.
Resolución de ejercicios, problemas, casos	Ejercicios y casos prácticos y casos prácticos
Realización de pruebas	Pruebas de evaluación para los alumnos

V.-Tiempo de trabajo del alumnado (30h grado y 25h máster)

Clases teóricas	28
Clases de resolución de ejercicios, problemas, casos, etc.	28
Prácticas en laboratorios experimentales, tecnológicos, clínicos, campo, etc.	2
Realización de pruebas	2
Tutorías académicas	14
Actividades relacionadas: jornadas, seminarios, etc.	4
Preparación de clases teóricas	45
Preparación de prácticas/ejercicios/casos	45
Preparación de pruebas	12
Total de horas de trabajo del alumnado	180

VI.-Metodología y plan de trabajo

Tipo	Periodo	Contenido
Clases Teóricas	Semana 1 a Semana 15	Sesiones presenciales en el aula.
Pruebas	Semana 16 a Semana 16	Examen oficial sobre los diferentes contenidos de la asignatura.
Metodologías activas o de innovación docente	Semana 8 a Semana 10	Defensa de la práctica 1
Trabajos colectivos	Semana 8 a Semana 8	Entrega de la práctica 1
Trabajos colectivos	Semana 12 a Semana 12	Entrega de la práctica 2
Metodologías activas o de innovación docente	Semana 12 a Semana 14	Defensa de la práctica 2



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).

El alumnado que no consiga 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.

El uso de herramientas basadas en inteligencia artificial está prohibido en cualquier ejercicio y prueba de evaluación de la asignatura salvo que el profesor lo indique de forma explícita en el enunciado o en el material de esta. En caso de que esté permitido, se darán indicaciones precisas de qué usos están permitidos y cuáles no.

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

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

ORTOGRAFÍA Y EXPRESIÓN. - En la calificación de las pruebas evaluables que requieran de un texto escrito, el profesorado valorará, además de los contenidos, que los ejercicios se adecuen al estándar lingüístico exigible al nivel universitario, particularmente en lo referido a la ortografía y el nivel de expresión. Cada docente determinará, como parte de la propia corrección del ejercicio, los criterios que se aplicarán al respecto.

TRABAJOS UNIVERSITARIOS. - Los trabajos universitarios deben ser originales, realizados íntegramente por el alumno/a o el grupo. Sólo se pueden emplear fragmentos de otras fuentes cuando se encuentren citados adecuadamente; es decir, el empleo de fragmentos de texto literales podría hacerse siempre que se encuentre convenientemente identificada su procedencia y su uso no se realice a lo largo del trabajo de una forma indiscriminada.

REQUISITOS DE REVALUACIÓN. - Una prueba no reevaluable sólo se evalúa durante el curso (y no en el periodo de reevaluación). Solo se reevaluarán las pruebas en las que el alumnado no haya alcanzado el mínimo requerido. Una vez se alcanza el mínimo en una prueba, el alumno/a no puede reevaluar para subir nota. Así mismo, en la reevaluación de pruebas suspendidas el alumno/a podría obtener una calificación menor que en la primera evaluación.

LA EVALUACIÓN se realizará durante el periodo lectivo del desarrollo de la asignatura, la reevaluación se realizará durante el periodo extraordinario que indique la URJC. La revisión de las pruebas de evaluación se realizará previa petición de cita. Atendiendo a los baremos que señala la normativa legal de esta titulación, procedemos a detallar los baremos aplicados a las diferentes pruebas de evaluación.

S1	SE01 Prueba escrita de conocimientos y/o competencias teóricos o prácticos (examen).	50.0
S2	SE02 Trabajo escrito.	30.0
S5	SE05 Resolución de problemas y casos.	20.0

Descripción de las pruebas de evaluación y ponderación:

S2: 30% de la nota global

SEMANA 12-14: Trabajo grupal de una práctica de Comunicación Institucional (30%). Reevaluable en periodo extraordinario.

Nota mínima: 5 sobre 10.

S5: 20% de la nota global

SEMANA 8-10: Resolución de problemas y casos (20%). Realización de un reportaje grupal con ejemplos supervisados en el aula. Evaluación en periodo ordinaria. No reevaluable. Sin nota mínima requerida.

S1: 50% de la nota global

SEMANA 16: Prueba escrita individual sobre los contenidos del temario de toda la asignatura (50%). Nota mínima: 5 sobre 10.

La prueba, de todo el temario, se realizará presencialmente en el aula. Evaluación en periodo ordinario. Reevaluable en periodo extraordinario.

Convocatoria adelantada: el método de evaluación es el mismo que el establecido con carácter general.

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

La concesión de Dispensa Académica de Asistencia a Clase (DAAC) no implica que se 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 alumnado 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 alumnado 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 del alumnado en el momento de la concesión de la dispensa.

Asignatura con posibilidad de dispensa: Sí



VII.C.- Revisión y reclamación de las actividades de evaluación

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

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

Con el fin de garantizar la igualdad de oportunidades, la no discriminación, la accesibilidad universal y la mayor garantía de éxito académico, las adaptaciones curriculares para alumnado con discapacidad o con necesidades educativas especiales serán pautadas por la Unidad de Atención a Personas con Discapacidad, de acuerdo con la normativa que regula el servicio de Atención a Estudiantes con Discapacidad, aprobada por Consejo de Gobierno de la Universidad Rey Juan Carlos.

Para que esas adaptaciones puedan realizarse, será requisito la emisión de un informe de adaptaciones curriculares por parte de dicha Unidad, por lo que el alumnado con discapacidad o necesidades educativas especiales deberán contactar con este servicio para analizar conjuntamente las distintas opciones.

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.

Para acompañar este proceso, la Universidad dispone de la Normativa de Convivencia de la Universidad Rey Juan Carlos y de diferentes herramientas (antiplagio, supervisión) que ofrecen una garantía colectiva para el completo desarrollo de estos valores esenciales.

Las herramientas basadas en inteligencia artificial pueden mejorar la experiencia de aprendizaje, pero debe utilizarse de forma ética, legal, honesta y transparente. Por este motivo, deben seguirse las recomendaciones de uso adecuado indicadas por los docentes de la asignatura.



VIII.-Recursos y materiales didácticos

Bibliografía básica

Grijelmo, A. (2014). *El estilo del Periodista*. Madrid, Taurus.

Rojas, O. (2012). *Relaciones Públicas. La eficacia de la influencia*. Madrid, ESIC. Business & Marketing School.

Santín, M., Rodríguez, R. y Fernández, J. G. (2009). *Bases de la información periodística*. Madrid, Universitas.

Halperín, J. (2008). *La entrevista periodística: Intimidaciones de la conversación pública*. Ed. Aguilar

Bibliografía complementaria

Xifra, Jordi (2017). *Manual de relaciones públicas e institucionales*. Madrid: Tecnos.

Robledo-Dioses, K., Tejedor Calvo, S., Pulido Rodríguez, C., & Torres Espinoza, G. (2022). Ciberperiodismo y participación: taxonomía de la interactividad en los medios digitales. *Comunicación y sociedad*, 19.

Mulet, A. R. (2021). Las redes sociales, la nueva prensa del siglo XXI. *Opuntia Brava*, 13(2), 356-366.

Trillo-Domínguez, M., & Alberich-Pascual, J. (2020). Análisis y tipificación de formatos emergentes en el ciberperiodismo español: de la adaptación multimedia a la disrupción transmedia. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 26(1).

Carretón-Ballester, C., & Lorenzo-Sola, F. (2020). Redefiniendo el perfil profesional de relaciones públicas. *Revista internacional de Relaciones Públicas*, 19(X), p. 07-28.

Iturregui-Mardaras, L., Gutiérrez-Cuesta, J. J., & Cantalapiedra-González, M. J. (2020). Periodistas y profesionales de Relaciones Públicas: de la influencia y la dependencia a la desintermediación periodística. *Profesional de la información/Information Professional*, 29(3).

García-Jiménez, A., Suárez-Álvarez, R., & Catalina-García, B. (2024). Guerra Rusia-Ucrania. Difuminando los límites de las noticias: actualidad a través de perfiles en TikTok. *Revista Mediterránea de Comunicación*.

Asociación de Directivos de Comunicación, Dircom. (2022). 'El estado de la Comunicación en España 21-22'.

Chuquipiondo, R. D. (2021). Teoría de la comunicación corporativa. *Polo del Conocimiento: Revista científico-profesional*, 6(3), 2393-2416.

Rae, M. (2021). Hyperpartisan news: Rethinking the media for populist politics. *New Media & Society*, 23(5), 1117-1132.

del Toro-Acosta, A., Alcaide-Pulido, P., Lozano-Delmar, J., Muñoz-Velásquez, J. A., & Tapia Frade, A. (2022). El perfil del profesional de las relaciones públicas en España: situación y tendencias del sector. *Cuadernos. info*, (53), 295-317.

Abril, Natividad (2003). *Información interpretativa en prensa*. Madrid, Síntesis.

Álvarez, T., Caballero, M. y Tomás Álvarez, M. C. (1997). *Vendedores de imagen: los retos de los nuevos gabinetes de comunicación*.

Ministerio Presidencia de Gobierno (2024). *La agenda de la comunicación*. Madrid, Ministerio Presidencia de Gobierno.

Fundéu, BBVA (2015). *Manual de español urgente*. Madrid, Debate.

Cuenca-Fontbona, J., Matilla, K., & Compte-Pujol, M. (2020). Transformación digital de los departamentos de relaciones públicas y comunicación de una muestra de empresas españolas. *Revista de comunicación*, 19(1), 75-92.

Kovach, B. y Rosenstiel, T. (2012). *Los elementos del periodismo*. Madrid, Aguilar.

Paniagua, O y Abejón, P (2017). *Manual práctico de redacción periodística. Géneros informativos, interpretativos y de opinión*. Sonia Parratt (coord.). Editorial Síntesis: Madrid

Buil Pilar y Medina, Pablo (2015). *Dircom. Conversaciones Con Los Directores De Comunicación De Las Mejores Compañías Españolas*. Madrid, Pirámide.

Agencia EFE e Instituto Cervantes (2024). *Nuevo libro del estilo urgente*.

Jiménez, D. (2019). *El Director*. Madrid, Madrid: Libros del KO



Xifra, Jordi (2020). Comunicación corporativa, relaciones públicas y gestión del riesgo reputacional en tiempos del COVID-19. El profesional de la información. 22(2).DOI: 10.3145/epi.2020.mar.20

Martínez Vallvey, F. (2021). Teoría del periodismo. Udimia.

Cuenca-Fontbona, J., Matilla, K., & Compte-Pujol, M. (2020). Transformación digital de los departamentos de relaciones públicas y comunicación de una muestra de empresas españolas. *Revista de comunicación*, 19(1), 75-92.

Matilla, Kathy; Cuenca Fontbona, Joan; Marca Francés, Guillem; Oliveira, Andréa y Matilla, Kathy (ed.) (2018). Cómo hacer un plan estratégico de comunicación, Vol. I: Un modelo de planificación estratégica, paso a paso. Barcelona: Ed. UOC.

Mazzoleni, Gianpietro (2008). "Populism and the media". In D. Albertazzi & D. McDonnell (Eds.), Twenty-first century populism. The spectre of Western European democracy (pp. 49–64). Basingstoke, UK: Palgrave Macmillan.

Javadi Rad, S., & Barzegar, K. (2024). The Impact of Social Media on the Rise of Neo-populist Movements in Europe (2014-2020). *World Politics*, 12(4).

Vázquez-Barrio, T., Torrecillas-Lacave, T., & Suárez-Álvarez, R. (2021). Credibilidad de los contenidos informativos en tiempos de fake news: Comunidad de Madrid. *Cuadernos. info*, (49), 192-212.

García-Marín, D., Suárez-Álvarez, R., & García-Jiménez, A. (2025). " Todo parece veraz". Credibilidad de la desinformación producida usando IA desde la perspectiva de los estudiantes de comunicación en España. *Revista de Comunicación*, 24(2), 183.

Theaker, A. (2022). *El manual de comunicación y relaciones públicas*. Profit Editorial.

Caldevilla-Domínguez, D., Barrientos-Báez, A., y Fombona-Cadavieco, J. (2020). Evolución de las Relaciones Públicas en España. Artículo de revisión. *El profesional de la información*, v. 29, n. 3, e290305. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.may.05>

Díaz-Maroto Oro, R. (2025). Ritos institucionales y ceremonial público en tiempos de desinformación glocal: análisis comparativo de ceremonias como dispositivos de legitimación. *Revista Internacional De Relaciones Públicas*, 15(30), 25–44. <https://doi.org/10.5783/revrrpp.v15i30.918>

IX.-Profesorado	
Nombre y apellidos	EVA JIMÉNEZ GÓMEZ
Correo electrónico	eva.jimenez.gomez@urjc.es
Departamento	Ciencias de la Comunicación y Sociología
Campus de impartición	Fuenlabrada
Categoría	Profesor/a Ayudante Doctor/a
Titulación académica	Doctor
Responsable de asignatura	No
Horario de tutorías	Para consultar las tutorías póngase en contacto con el/la profesor/a a través de correo electrónico
Nº de Quinquenios	0
Nº de Sexenios	0
Nº de Sexenios de transferencia	0
Nº de evaluaciones positivas Docencia	0



Nombre y apellidos	RAMIRO DÍAZ MAROTO ORO
Correo electrónico	ramiro.diazmaroto@urjc.es
Departamento	Periodismo y Comunicación Corporativa
Campus de impartición	Fuenlabrada
Categoría	Profesor/a Ayudante Doctor/a
Titulación académica	Doctor
Responsable de asignatura	No
Horario de tutorías	Para consultar las tutorías póngase en contacto con el/la profesor/a a través de correo electrónico
Nº de Quinquenios	0
Nº de Sexenios	0
Nº de Sexenios de transferencia	0
Nº de evaluaciones positivas Docencia	1
Nombre y apellidos	REBECA SUÁREZ ÁLVAREZ
Correo electrónico	rebeca.suarez@urjc.es
Departamento	Periodismo y Comunicación Corporativa
Campus de impartición	Madrid - Vicálvaro
Categoría	Titular 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	1
Nº de Sexenios	1
Nº de Sexenios de transferencia	0
Nº de evaluaciones positivas Docencia	2

