

Las competencias adquiridas en Press Writing and Communication I les prepara para escribir piezas más grandes y complejas en Press Writing and Communication II.

\* Relaciones públicas 2.0 ¿De qué hablamos realmente? Un acercamiento conceptual y estratégico, de Carmen Silva Robles, **Universidad de Sevilla** y Rodrigo Elías Zambrano, **Universidad de Huelva**

Es una obviedad decir que la Web 2.0 ha modificado las RRPP pues hace tiempo que hablamos de RRPP 2.0. Internet ha abierto nuevos caminos en el trabajo de la comunicación corporativa y ha traído nuevas herramientas, pero también está ocasionando más confusión en este ya de por sí farragoso mundo, donde las disciplinas de las ciencias de la comunicación se confunden e invaden las competencias las unas de las otras: publicidad en línea, marketing on line, RRPP 2.0. ... la confusión está servida.

Ahora, más que nunca, las RRPP tienen la oportunidad y han de luchar por defender su espacio y reivindicar su función en las estrategias generales de las organizaciones pero más especialmente en las de comunicación potenciando sus funciones a través de la Web 2.0, donde las corporaciones están necesitando gestionar su reputación más de manera más ágil. En el presente trabajo pretendemos acercarse a la realidad de las RRPP 2.0, a las RRPP del siglo XXI, describiendo cómo son; qué técnicas y tácticas emplean; cómo deben ser los profesionales que la desarrollen; y definiendo qué las hace diferentes de las RRPP tradicionales.

\* Experiencias de cooperación universidad-empresa en el ámbito de la Comunicación. El caso de Aragón, de Nerea Vadillo Bengoa y Víctor Manuel Pérez-Martínez, **Universidad San Jorge**

La universidad no es ajena a los cambios de su entorno social. El Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) es una oportunidad para actualizar los procedimientos, los métodos didácticos y redefinir las competencias requeridas para los futuros profesionales de la Comunicación. Por eso, las relaciones universidad-empresa son indispensables para la actualización y adaptación de los objetivos educativos a la realidad actual.

Este trabajo es una evaluación de la materia Prácticas Externas (Prácticas en Empresas) cursada por los estudiantes de la Facultad de Comunicación de la Universidad de San Jorge. Se trata de un caso de estudio relevante porque la USJ es la primera universidad en la Comunidad Autónoma de Aragón con títulos académicos en Ciencias de la Comunicación desde el curso académico 2005-2006 siendo un referente en el sector empresarial aragonés.