

PROPAGANDA I PUBLICITAT INSTITUCIONALS

Fitxa de l'assignatura

Identificació

1. Nom de l'assignatura	Propaganda i Publicitat Institucionals		
2. Àrea	CAP	Titulació	Publicitat i Relacions Públiques
3. Tipus	<i>Troncal</i>	<i>Obligatòria</i>	<i>Optativa x</i>
4. Crèdits (ECTS)	4		

Descripció

Finalitats / propòsits de la formació :

Familiaritzar a l'alumne amb:

- Ús del marketing polític en la elaboració, planificació i desenvolupament d'una campanya electoral
- Anàlisi la interrelació existent entre els aspectes polítics i els comunicatius en una campanya electoral
- Comunicació específica adreçada a potenciar el missatge dels líders polítics
- Estratègies de captació de vot
- Estratègies de prestigi i de desprestigi d'idees , persones i fets de tipus públic

1. Mòduls, blocs, temes o apartats:

BLOQUE: I TEORIA GENERAL

Tema 1 Conceptos generales de marketing político

Definición de marketing político
Aspectos y variables del marketing político
Historia del marketing político
Aplicación a las campañas electorales del marketing político

Tema 2 Los ejes del marketing político

La comunicación del líder
La comunicación del partido
La comunicación del programa

Tema 3 La campaña electoral

La planificación del calendario electoral
Las instituciones y el proceso electoral

BLOQUE II : REALIZACION DE LA CAMPAÑA ELECTORAL

Tema 4 La estrategia

Concepto de estrategia

Modelos de estrategia comunicativa
Modelos de estrategia política

Tema 5 El electorado

Conocimiento sobre el electorado
El censo
La encuesta
Aspectes legals

Tema 6 Los medios de difusión de la campaña electoral

La televisión
El debate
Los mítines
Otros medios
Uso de la publicidad

2. Bibliografía comentada:

Bibliografía básica

Cicerón , Quinto Tulio "Breviario de campaña electoral (Comentariolum petitionis)"
Sirmio-Quaderns Crema, Barcelona 1993
Herreros Arconada, Mario "Teoría y técnica de la propaganda electoral (formas publicitarias)" PPU. Barcelona, 1989
Luque, Teodoro "Marketing político" Ariel, Madrid, 1996

Bibliografía complementaria

López Guerra , Luís "Las campañas electorales en Occidente"
Ariel, Madrid, 1977
Lindon, Denis "Marketing político y social" Tecniban, Madrid, 1977
Nixon, Richard "Líderes" Planeta, Barcelona, 1982

3. Referències per estructurar el treball de l'alumne

4. Competències a desenvolupar

Competència	Indicador específic de la competència
<i>Comunicació</i>	Desenvolupar les habilitat per treballar amb competència en la gestió de la comunicació en qualsevol medi Obtenir la capacitat d'anàlisi i síntesi de la informació Ser capaç de persuadir Ser capaç de portar a terme presentacions en públic Obtenir les capacitats necessàries per utilitzar tota mena de recursos tant formals com conceptuals
<i>Científic</i>	Saber plantejar hipòtesis relatives a la comunicació publicitària i les relacions públiques
<i>Interpersonals</i>	Tenir la habilitat de negociació Saber gestionar de forma adequada el temps

	Saber ser crític amb la seva feina i amb els resultats del seu entorn Tenir l'habilitat per a treballar amb equips interdisciplinaris
<i>Competències sistèmiques</i>	Comprendre que qualsevol fenomen humà es generat en el temps per agents, per relacions socials, per necessitats, interessos, per accions racionals etc i que és susceptible de tenir una natura reactiva cap als paràmetres presents en el propi context en què es localitza Ser capaç de posar a la pràctica els coneixements teòrics Tenir pensament estratègic
<i>Valors morals</i>	Conèixer els valors socials vigents en cada moment per adequar els missatges a aquests valors
<i>Desenvolupament de l'autoaprenentatge</i>	Potenciar la capacitat crítica necessària per a reflexionar sobre el que es realitza per generar noves accions i sobre les accions mateixes

Avaluació

Bloc/Apartat/tema	Pes	Descripció
Teoria general	<i>Temes 1,2,3</i>	Descripció de l'àmbit i context de la propaganda i la seva concreció en una campanya electoral democràtica
Realització de la campanya electoral	<i>Temes 4,5,6</i>	Planificació i execució d'una campanya electoral

Plantilla de l'assignatura (model de continguts qualitatiu, complementa a la general d'assignatura)

Contingut per blocs temàtics	Competències escollides	Objectius en relació a la competència	Activitats docents (veure fitxes)			Hores destinades		Activitats d'Avaluació (veure descriptor)
			Presencials	Dirigides	Autònomes	Professor	Alumne	
Bloc 1: Temes 1,2 i 3	1,2,6,7	Tots els inclosos en aquesta competència (veure "competències a desenvolupar")	1	2	6	75	75	3,6,7
Bloc 2: temes 4, 5 i 6	5,9	idem	1	2	6			

Fitxa d'activitat docent

1. Informació respecte l'assignatura

Títol Propaganda i Publicitat Institucionals _____
 Tema, mòdul o unitat *Bloque I: Teoria General* _____
 Nom de l'activitat *Pràctiques de classe relacionades amb els coneixements teòrics de l'assignatura* _____

2. Descripció de l'activitat

Explicació i objectius de l'activitat:

- Familiaritzar a l'alumne amb els coneixements teòrics i veure'ls reflectits
- Aproximació al estudi de la teoria de la propaganda
- Entendre els lligams que s'estableixen entre la comunicació política de tipus propagandístic i el funcionament del sistema democràtic.

▪ Metodologia: *Individual* *grupal* *X*

1. Tipus de recursos necessaris

- Documentació: X _____
- Multimèdia (Informàtica, audiovisuals): X _____
- Sortides de camp _____
- Altres _____

2. Període i dates de presentació: L'alumne tindrà la duració de la classe per fer la pràctica que li serà retornada corregida i comentada _____

3. Avaluació: Cadascuna de les pràctiques serà puntuada _____

_____ Pes:¹⁹ 50% (de les pràctiques del bloc I) _____

3. Distribució de Competències a desenvolupar (de les escollides per desenvolupar a l'assignatura)²⁰

- *Comunicació*
- *Científic*
- *Competències sistèmiques*
- *Valors morals*

¹⁹ Pes de l'activitat en el total de l'avaluació de l'assignatura

²⁰ Es recomana no més de 3 competències per tal de poder-les treballar i avaluar correctament.

4. Objectius en relació a la competència. (en funció dels objectius de l'activitat i les competències seleccionades)

Objectius en relació a les competències.

Definir la prioritat dels objectius en funció de les competències seleccionades.

- Desenvolupar les habilitat per treballar amb competència en la gestió de la comunicació en qualsevol medi
- Obtenir la capacitat d'anàlisi i síntesi de la informació
- Ser capaç de persuadir
- Ser capaç de portar a terme presentacions en públic
- Obtenir les capacitats necessàries per utilitzar tota mena de recursos tant formals com conceptuals
- Saber plantejar hipòtesis relatives a la comunicació publicitària i les relacions públiques
- Ser capaç de posar a la pràctica els coneixements teòrics- Tenir pensament estratègic
- Conèixer els valors socials vigents en cada moment per adequar els missatges a aquests valors

5. Indicadors d'observació de les competències. (què observar en l'avaluació de cada competència)

competència	Indicadors o descriptors de la competència
<i>Comunicació</i>	Veure la capacitat de gestió de la comunicació
<i>Científic</i>	Analitzar informació i ser capaç de persuadir
<i>Sistèmiques</i>	Tenir pensament estratègic
<i>Morals</i>	Compromís ètic de l'activitat política i la seva comunicació

6. Desglossament de les hores requerides per l'activitat²¹

Hores de preparació (professor)	t. estimat	t. validat
▪ Buscar o idear la pràctica	1/2h	
▪ Adaptar-la als objectius, seqüenciació i adaptació a l'assignatura	1h	
▪ Elaboració de material (dossiers, bibliografia i referències, etc.) pels alumnes i elaboració per el propi docent.	1h	
▪ Avaluació	2h	
▪ Coordinació entre professors		
Hores d'aula		
▪ Exposició i planificació de l'exercici als alumnes	1/2h	
▪ Classes dirigides		
▪ Tutories individual/grupal		
▪ Exposició final		
▪ Laboratori		

²¹ Crèdits ECTS: (hores d'aula + hores autònomes / 25 = X ECTS)

Hores de treball dels alumnes

▪ Recerca d'informació		
▪ Planificació del treball i del grup (si és el cas).		
▪ Estructuració i execució de l'activitat.	1.30h	
▪ Preparar l'avaluació		
▪ Autoavaluació		
▪ Elaborar el portfolio o carpeta de l'alumne.		
Activitats d'Avaluació		
▪ Tipus d'avaluació (Exposició oral, Treball escrit, Defensa intergrupal).		

7. Avaluació vers els objectius establerts: compliment dels objectius marcats amb aquesta activitat.

Molt

Força

Poc

Gens

Observacions generals respecte el funcionament de l'activitat:

Fitxa d'activitat docent

1. Informació respecte l'assignatura

Títol Propaganda i Publicitat Institucionals _____
Tema, mòdul o unitat *Bloque II: Realización de la campaña electoral* _____
Nom de l'activitat *Pràctiques de classes relacionades amb la planificació i execució de la campanya electoral* _____

2. Descripció de l'activitat

Explicació i objectius de l'activitat:

- a. Portar a terme un model organitzatiu d'una campanya electoral
 - b. Familiaritzar a l'alumne amb tots els elements d'una campanya electoral
-

▪ Metodologia: *Individual* _____ *grupal* *X*

1. Tipus de recursos necessaris

- Documentació: X _____
- Multimèdia (Informàtica, audiovisuals): X _____
- Sortides de camp _____
- Altres _____

2. Període i dates de presentació: L'alumne tindrà la duració de la classe per fer la pràctica que li serà retornada corregida i comentada _____

3. Avaluació: Cadascuna de les pràctiques serà puntuada _____
_____ Pes:²² 50% (de les pràctiques del bloc II) _____

3. Distribució de Competències a desenvolupar (de les escollides per desenvolupar a l'assignatura)²³

- *Interpersonals*
- *Desenvolupament de l'autoaprenentatge*

²² Pes de l'activitat en el total de l'avaluació de l'assignatura

²³ Es recomana no més de 3 competències per tal de poder-les treballar i avaluar correctament.

4. Objectius en relació a la competència. (en funció dels objectius de l'activitat i les competències seleccionades)

<p>Objectius en relació a les competències. <i>Definir la prioritat dels objectius en funció de les competències seleccionades.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Potenciar la capacitat crítica necessària per a reflexionar sobre el que es realitza per generar noves accions i sobre les accions mateixes ▪ Tenir l'habilitat per a treballar amb equips interdisciplinaris ▪ Tenir la habilitat de negociació ▪ Saber gestionar de forma adequada el temps ▪ Saber ser crític amb la seva feina i amb els resultats del seu entorn

5. Indicadors d'observació de les competències. (què observar en l'avaluació de cada competència)

competència	Indicadors o descriptors de la competència
<i>Interpersonals</i>	Tenir l'habilitat per a treballar amb equips interdisciplinaris
<i>Desenvolupament de l'autoaprenentatge</i>	Potenciar la capacitat crítica necessària per a reflexionar sobre el que es realitza per generar noves accions i sobre les accions mateixes

6. Desglossament de les hores requerides per l'activitat²⁴

Hores de preparació (professor)	t. estimat	t. validat
▪ Buscar o idear la pràctica	1/2h	
▪ Adaptar-la als objectius, seqüenciació i adaptació a l'assignatura	1h	
▪ Elaboració de material (dossiers, bibliografia i referències, etc.) pels alumnes i elaboració per el propi docent.	1h	
▪ Avaluació	2h	
▪ Coordinació entre professors		
Hores d'aula		
▪ Exposició i planificació de l'exercici als alumnes	1/2h	
▪ Classes dirigides		
▪ Tutories individual/grupal		
▪ Exposició final		
▪ Laboratori		
Hores de treball dels alumnes		
▪ Recerca d'informació		
▪ Planificació del treball i del grup (si és el cas).		

²⁴ Crèdits ECTS: (hores d'aula + hores autònomes / 25 = X ECTS)

▪ Estructuració i execució de l'activitat.	1.30h	
▪ Preparar l'avaluació		
▪ Autoavaluació		
▪ Elaborar el portfolio o carpeta de l'alumne.		
Activitats d'Avaluació		
▪ Tipus d'avaluació (Exposició oral, Treball escrit, Defensa intergrup).		

7. Avaluació vers els objectius establerts: compliment dels objectius marcats amb aquesta activitat.

Molt

Força

Poc

Gens

Observacions generals respecte el funcionament de l'activitat: