

Titulació	Tipus	Curs	Semestre
2501935 Publicitat i Relacions Públiques	OT	4	0

### **Professor de contacte**

Nom: Santiago Jordan Avila  
Correu electrònic: Santiago.Jordan@uab.cat

### **Utilització d'idiomes a l'assignatura**

Llengua vehicular majoritària: espanyol (spa)  
Grup íntegre en anglès: No  
Grup íntegre en català: No  
Grup íntegre en espanyol: No

### **Prerequisits**

No hay requisitos previos

### **Objectius**

- Definir el rol de los gabinetes de comunicación en el mix de marketing. Analizar su evolución, funciones, servicios y herramientas de trabajo hasta hoy.
- Diferentes tipologías de gabinetes de comunicación.
- Plan de Personal Branding
- Establecer una visión 360º "integrada" en la comunicación de ámbito empresarial y de instituciones.
- Comunicación corporativa y de producto en las sociedades empresariales actuales.
- El plan de comunicación tanto a nivel interno como externo.
- Aplicación de los conocimientos teóricos en seminarios y casos basados en "case histories" reales.
- Salidas profesionales desde la vertiente publicitaria y de relaciones públicas.

### **Competències**

- Demostrar capacitat de lideratge, negociació i treball en equip, així com resolució de problemes.
- Demostrar que coneix les teories del management en la direcció d'empreses publicitàries i organitzacions.
- Establir objectius de comunicació i dissenyar les estratègies més adequades en el diàleg entre marques i consumidors.

### **Resultats d'aprenentatge**

1. Analitzar els principis que fonamenten l'anàlisi de l'efectivitat (relació cost-impacte).
2. Demostrar capacitat de lideratge, negociació i treball en equip, així com resolució de problemes.
3. Diferenciar els formats de representació de les activitats de relacions públiques (consultories, esdeveniments especials, fires, gestió de crisi, publicity, etc.).

## Continguts

Estudio de las funciones de la dirección estratégica de la publicidad y de las relaciones públicas en las organizaciones.

- Herramientas básicas para la gestión de la comunicación de las organizaciones.
- Estudio de las metodologías y las fuentes utilizadas para la planificación de medios publicitarios.
- Estudio de las estrategias para el desarrollo de acciones de marketing.
- Estudio de las características funcionales de la dirección de cuentas.
- Desarrollo operativo del planner de los gabinetes de comunicación.
- Estrategia de medios y soportes publicitarios de los gabinetes de comunicación
- Estudio y desarrollo de las relaciones públicas en los diferentes sectores organizadores de la actividad social, política i económica.
- Desarrollo de la planificación de técnicas específicas de Relaciones Públicas relacionadas con los diferentes públicos de las organizaciones.
- Conocimiento de las teorías del comportamiento del consumidor formuladas desde los diferentes ámbitos de estudio de la mercadotecnia.
- Estudio y análisis de los procesos de gestión de las distintas áreas funcionales de las empresas de Publicidad y de Relaciones Públicas.

Comentarios adicionales

## Metodologia

- Clases magistrales y participación del alumno.
- Casos prácticos para debate y desarrollo
- Desarrollo de un plan de comunicación basado en un caso real.

## Activitats formatives

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
<b>Tipus: Dirigides</b>			
Gabinetes de comunicación	0	0	

## Avaluació

- Examen: 20%

- Trabajos: 70%
- Intervención en seminarios: 10%
- Para aprobar la signatura deberán realizar todas las presentaciones de forma presencial.

## Activitats d'avaluació

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Teoria, Seminarios, Tutorias, Lecturas y trabajos	teoria 20%;trabajos 70%, 10% participación	150	6	1, 2, 3

## Bibliografia

- El Círculo de la comunicación
  - Federico Varona Madrid
  - Netbiblo
  - La jungla comunicativa
    - Josep Francesc Valls
    - Ariel Comunicación
    - La gestión de la comunicación en las organizaciones
      - Miquel Tuñez
      - Comunicación social/Ediciones y publicaciones
        - Publicidad y comunicación corporativa en la era digital
          - Marina Ramos Serrano; Miguel Garrido Lora; Juan Carlos Rodriguez Centeno
          - Ediciones Piramide
          - Gabinetes de comunicación
            - Txema Ramírez
            - Bosch Casa Editorial,s.a
              - Redacción profesional
                - Felipe Portocarrero; natalia Gironea