ASSIGNATURA: TÈCNIQUES DE COMUNICACIÓ I PUBLICITAT
CODI: 23335
PROFESSOR: PUIG GONZÁLEZ, JOAQUIN

OBJETIVOS:
-Familiarizar al alumno con el mundo de la publicidad.
-Describir las diferentes formas de trabajo que existen en él y los diferentes métodos de análisis.
-Estudiar los diferentes mecanismos de compra de productos o servicios.
-Analizar las imágenes públicas

EVALUACION: Un examen con apuntes y de tipo práctico al final del semestre

PROGRAMA:

1-PUBLICIDAD Y COMUNICACION DE MASAS.
Definición y características de la publicidad.Relaciones de la publicidad con otras formas de comunicación de masas.Breve préspectiva histórica.El papel comercial de la comunicación

2-PUBLICIDAD Y MARKETING.
Concepto y características del marketing.Necesidad de la comunicación en el marketing.Relación con la publicidad.

3-LA SEGEMENTACION.
Concepto de segmentación.Concepto de posicionamiento.

3-LOS ANUNCIANTES.
La inversión publicitaria.El departamento de publicidad.La agencia de publicidad.

4-LOS CONSUMIDORES.
Necesidades del consumidor.Las actitudes y su transformación. Valores y estilos de vida

5-LA INVESTIGACION EN PUBLICIDAD
Necesidad de la información previa.Mecanismos de investigación.

6-PLANIFICACION,EJECUCION Y CONTROL DE UNA CAMAPAÑA DE PUBLICIDAD
Target y objetivos.Estrategias de comunicación y estrategias creativas.La comunicación:eje-tema-mensaje.Los diferentes medios desde la prespectiva publicitaria.La selección de los medios.El presupuesto de campaña.

7-LA ASESORIA DE IMAGEN PUBLICA
Concepto de imagen pública.Características y mecanismos de la imagen pública. Construcción y análisis de la imagen pública.

BIBLIOGRAFIA:

Herreros Arconada,Mario.La publicitat(Fonaments de la comunicació publicitària) .Editorial Pòrtic.Barcelona 1995

Sánchez Guzmán,José Ramón. Teoria de la publicidad.Tecnos .Madrid 1993

David Aaker & John G.Myers. Management de la Publicidad. Editorial Hispanoeuropea.Barcelona,1989

Luque,Teodoro.Márketing político.Editorial Ariel.Barcelona 1996.