

ASSIGNATURA: COMUNICACIO AUDIOVISUAL I PUBLICITAT

CODI:

PROFESSORA: VENTURA I DRETS; M^a DOLORS

OBJECTIUS:

Aportar als alumnes coneixements bàsics i fonamentals sobre la comunicació audiovisual i la publicitat.

Per aixó es desenvolupa un programa basat fonamentalment en la temàtica que es presenta a continuació:

- a) eixos de la campanya de publicitat
- b) comunicació en el mitjans convencionals i no convencionals
- c) creació de les campanyes

Es preten per tant familiaritzar a l'alumne amb el món de la publicitat i dels mitjans audiovisuals, tot describint els seus diferents mètodes de treball i fer-lo reflexionar sobre els mecanismes de la imatge i la compra-venda

METODOLOGIA:

Les classes seràn teòriques i pràctiques de forma alternada. Tant el professor com l'alumne portaràn exemples de campanyes de comunicació extretes de l'actualitat per analitzar-les al'aula.

S'utilitzarán ,per aixó, retroprojector, video, revistes, diaris i fotografies

AVALUACIO: L'assignatura és de dos crèdits teòrics i 2'5 pràctics. L'alumne haurà de superar un examen final que serà el 80% de la nota final. Un 20% representarà la nota d'un treball que s'haurà de presentar de curs

PROGRAMA:

1. INTRODUCCIO:

- Definició de comunicació
- Elements de la comunicació
- Processos de la comunicació
- Seqüències de la comunicació

2- EL PAPER DEL BRIEFING

Objectius i contextualització del pla de marketing.

Concepte de Briefing de marketing

Claus d'interpretació del breafing de marketing

La segmentació i la investigació del mercat.

El target

El propi posicionament
Posicionament i estratègies de la competència.
La imatge de marca aplicada a un producte o servei.

3-EL PLA DE LA COMUNICACIO

Objectius del pla de la comunicació
Destinatari del pla de la comunicació
Continguts del pla de la comunicació
El contrabriefing
La proposta de comunicació per a la realització d'una campanya.

4-LA PUBLICITAT

Concepte de publicitat
Tipologia de la publicitat i característiques
Mecanismes de la publicitat
Fases de la publicitat

5-LA CREATIVITAT PUBLICITARIA

Estratègies de comunicació i estratègia creativa.
De l'eix-tema al missatge.
Realització de la campanya
La producció publicitària.
Vocabulari tècnic de la producció publicitària

6-ELS DIFERENTS MITJANS DES DE LA PRESPECTIVA DE LA COMUNICACIO

Concepte de comunicació de masses
Els mitjans de comunicació de masses
Els mitjans publicitaris

BIBLIOGRAFIA:

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

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

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