

<b>Assignatura:</b>	TÈCNIQUES DE COMUNICACIÓ I PUBLICITAT
<b>Codi:</b>	23355
<b>Professor:</b>	Joaquim Puig González
<b>Cicle:</b>	2n
<b>Semestre:</b>	2n
<b>Crèdits:</b>	5
<b>Tipus:</b>	OP
<b>Horari de classe:</b>	Dimarts i dijous de 10 a 11'30 h

### **Descripció/Objectius:**

Familiaritzar a l'alumne amb el món de la publicitat.

Descriure els diferents mètodes de treball dins de l'àmbit publicitari.

Analitzar els diferents mecanismes de compra-venda de productes o serveis.

### **Temari:**

#### **1. INTRODUCCIÓ**

Relacions de la publicitat amb el màrqueting. L'agència de publicitat. L'elaboració de la campanya.

#### **2. EL PAPER DEL BRIEFING EN LA ELABORACIÓ DE LA CAMPANYA**

Objectius i contextualització del pla de màrqueting. La segmentació i la investigació del mercat. El propi posicionament. Posicionament i estratègies de la competència. La imatge de marca aplicada a un producte o servei. El target.

#### **3. LA CREATIVITAT PUBLICITÀRIA**

El contrabriefing i la proposta de comunicació per a la realització d'una campanya. Estratègies de comunicació i estratègia creativa. De l'eix-tema al missatge.

#### **4. ELS DIFERENTS MITJANS DES DE LA PERSPECTIVA PUBLICITÀRIA**

Tipus de mitjans. Selecció dels mitjans en funció d'audiències i de target. Pressupost de la campanya. Mecanisme de control d'una campanya publicitària.

### **Bibliografia bàsica:**

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.

