

ASSIGNATURA:	TÈCNiques DE COMUNICACIÓ I DE PUBLICITAT	
Codi:	23335	
Professor/-a:	ANA M ^a ENRIQUE JIMÉNEZ	
Cicle:	2n	
Semestre:	1r	
Nº. Crèdits:	5	
Tipus:	OP	
Horari de classe:	L X de 15:00 a 16:30	
Lloc d'atenció als alumnes:	108	COMUNICACIÓ AUDIOVISUAL (Fac. CC Com)
Telèfon:	93 581 2788	

Descripció/Objectius:

Familiaritzar a l'alumne amb el món de la publicitat. Descriure els diferents mètodes de treball dins de l'àmbit publicitari. Aprendre a analitzar les campanyes de publicitat des de la vessant creativa.

Temari:

0. LA VALORACIÓ SOCIAL DE LA PUBLICITAT. Pros i contres més generalitzats sobre la publicitat.
1. LA COMUNICACIÓ A L'EMPRESA. La comunicació empresarial. Relacions de la publicitat amb el marketing.
2. L'AGÈNCIA DE PUBLICITAT. Estructura i organigrama d'una agència de serveis plens.. Definició dels diferents departaments.
3. EL BRIEFING:LA INFORMACIÓ ESTRATÈGICA DE L'ANUNCIANT. Definicions, característiques i funcions del briefing.
4. EL COMPORTAMENT DEL CONSUMIDOR.. Estudi de les necessitats i les motivacions. La imatge de marca.
5. LA CREATIVITAT PUBLICITÀRIA. El contrabriefing i la proposta de comunicació per a la realització d'una campanya. Estratègies de comunicació i estratègia creativa. EL procés de producció d'idees: Brainstorming. Del concepte creatiu al missatge-títular.
6. ELS DIFERENTS MITJANS DES DE LA PERSPECTIVA PUBLICITÀRIA. Tipus de mitjans. Selecció dels mitjans en funció d'audiències i de target.

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
- Ricarte Bescós, Jose M^a "Creatividad y comunicación persuasiva" Aldea Global 1998
- Sánchez Guzmán, Jose Ramón "Teoría de la publicidad" Tecnos. Madrid 1993
- Wells, William "Publicidad. Principios y Prácticas" Prentice-Hall 1996

Sistema d'avaluació:

Pràctiques fetes a classe i examen teòric a final de curs.