

ESTRATÈGIA I PLANIFICACIÓ DE MITJANS PUBLICITARIS

Fitxa de l'assignatura

Identificació

1. Nom de l'assignatura	Estratègia i Planificació de Mitjans Publicitaris		
2. Àrea	CAP	Titulació	Publicitat i Relacions Públiques
3. Tipus	<i>Troncal</i>	<i>Obligatòria x</i>	<i>Optativa</i>
4. Crèdits (ECTS)	5		

Descripció

Finalitats / propòsits de la formació :

- a. Coneixement qualitatiu i quantitatiu dels mitjans publicitaris tradicionals.
- b. Coneixement de l'estructura d'una planificació de mitjans estratègica.
- c. Aprenentatge de la metodologia de desenvolupament d'una planificació estratègica de mitjans i avaluació de l'adequació als objectius de campanya.
- d. Desenvolupament d'un pla de mitjans estratègic complet.
- e. Iniciació a les presentacions en públic i a la negociació.

1. Mòduls, blocs, temes o apartats:

Tema 1 **Anàlisi dels mitjans. Característiques qualitatives i quantitatives**

Prensa
Revistes
Ràdio
Cinema
Exterior
Internet
Televisió

Tema 2 **Elaboració de l'Estratègia de Mitjans**

Briefing
Anàlisi de Situació
Estratègia de Mitjans
Selecció de Mitjans
Tàctica d'Actuació
Selecció de Suports
Negociació
Avaluació, Seguiment i Anàlisi Post Campanya

Tema 3 **Case Studies: Exemples d'Estratègies de Mitjans**

Tema 4 Tècniques de Negociació amb els Mitjans**Tema 5 Tècniques de Presentació aplicades a l'Estratègia de Mitjans****2. Bibliografia comentada:****Bàsica**

Carrero, Enrique; González Lobo, M^a Angeles. Manual de planificación de medios. ESIC Editorial (Madrid, 1997).

Martínez Ramos, Emilio. El uso de los medios de comunicación en marketing y publicidad. Akal (Madrid, 1992).

Pérez-Latre, Francisco Javier: Curso de medios publicitarios. Newbook Ediciones (Pamplona, 1997).

Pérez-Latre, Francisco Javier: Planificación y gestión de medios publicitarios. Ariel Comunicación (Barcelona, 2000).

Complementària

Sun Tzu. El arte de la guerra. Fundamentos (Madrid, 1994).

Philip Jones, John. When ads work: new proof that advertising triggers sale. Lexington Books (1995).

Colin McDonald. Advertising reach and frequency: maximizing advertising results through effective frequency. Ntc Business Books (1995).

Goodrich, William B., Sissors, Jack Z. Media planning workbook: with discussion and problems. Ntc Pub Group (1996).

Donnelly, William J. Planning media: strategy and imagination. Prentice Hall (New Jersey, 1996).

Sánchez Revilla, Miguel Angel. ¿Dónde está mi competencia? Cómo utilizar y realizar de la forma más positiva el análisis de competencia en publicidad. Infoadex (Madrid, 1998).

Jones, John Philip (ed.): The advertising business. Operations, Creativity, Media Planning, Integrated Communications. Sage Publications (Thousand Oaks, 1999).

Martínez Selva, José María: Aprender a comunicarse en público. Paidós (Barcelona, 2000).

Sissors, Jack Z. Advertising media planning. Ntc Business Books (1996).

3. Referències per estructurar el treball de l'alumne

Es recomana utilitzar els dossiers d'apunts i assistir a classe de forma continuada, ja que les activitats docents estan molt relacionades amb les explicacions teòriques

i els exemples pràctics exposats a classe. D'altra banda, les classes teòriques s'entenen com un espai on comentar i preguntar sobre qualsevol aspecte del temari i les activitats, per tant, és aconsellable l'assistència.

Els temes 3, 4 i 5 s'aniran alternant al tema 2, degut a la gran interrelació del seu contingut.

4. Competències a desenvolupar

Competència	Indicador específic de la competència
<i>Comunicació</i>	Treballar en la gestió de la comunicació en qualsevol mitjà. Expressar-se oralment en públic de manera adequada. Portar a terme presentacions en públic. Utilitzar Internet de forma fluïda com a eina de treball. Comunicar conceptes i dades complexes de manera senzilla a través d'esquemes, gràfics, etc.
<i>Científica</i>	Analitzar i sintetitzar la informació. Mostrar un pensament estratègic. Conèixer els principis bàsics de la planificació de mitjans.
<i>Artística i de la Creativitat</i>	Desenvolupar la imaginació i el pensament productiu amb originalitat, flexibilitat i fluïdesa, aplicant-ho a l'estratègia i planificació de mitjans publicitaris.
<i>Interpersonal</i>	Tenir l'habilitat de negociació. Reconèixer i respectar els punts de vista i opinions dels altres membres de l'equip i integrar-los en benefici dels resultats del projecte.
<i>Sistèmica</i>	Comprendre el funcionament i la gestió de l'agència de mitjans en la seva finalitat productora de serveis.
<i>Desenvolupament de l'autoaprenentatge</i>	Tenir maduració d'actituds com la flexibilitat, la imaginació i l'obertura a noves informacions, situacions i metodologies. Tenir la capacitat i l'autoexigència de fer la feina ben feta.

Avaluació

Bloc/Apartat/tema	Pes	Descripció
Tema 1	10% de la nota final.	Exercici escrit: Investigació de l'oferta de mitjans i suports en dos localitats i posterior selecció.

Tema 2, 3, 4 i 5	10% de la nota final.	Exercici escrit: Investigació d'un target.
	10% de la nota final.	Exercici escrit: Anàlisi d'una estratègia.
	30% de la nota final.	Exercici escrit: Realització d'una estratègia de mitjans.
	40% de la nota final.	Exercici escrit: Estratègia / Selecció de mitjans individual.

Plantilla de l'assignatura (model de continguts qualitatiu, complementa a la general d'assignatura)

Contingut per blocs temàtics	Competències escollides	Objectius en relació a la competència	Activitats docents (veure fitxes)			Hores destinades		Activitats d'Avaluació (veure descriptor)
			Presencials	Dirigides	Autònomes	Professor	Alumne	
Tema 1. Anàlisi dels mitjans. Característiques qualitatives i quantitatives	Científica Artística i de la Creativitat Desenvolupament de l'auto-aprenentatge	Conèixer en profunditat les característiques dels mitjans publicitaris per tal de poder portar a terme una selecció de mitjans i suports correcte en una estratègia de mitjans. Ser original en la recerca de nous mitjans, suports i formats publicitaris.	1, 5		6	25	25	3
Tema 2. Elaboració de l'Estratègia de Mitjans Tema 3. Case Studies: exemples d'Estratègies de Mitjans Tema 4. Tècniques de Negociació amb els Mitjans Tema 5. Tècniques de Presentació aplicades a l'Estratègia de Mitjans	Comunicació Científica Artística i de la Creativitat Interpersonal Sistèmica Desenvolupament de l'auto-aprenentatge	Desenvolupar les aptituds d'investigació de cara al briefing de mitjans. Conèixer la importància del coneixement del target. Ser capaç de crear una estratègia de mitjans correcte (decisió estratègica), en funció d'uns objectius determinats. Practicar les presentacions en públic.	1, 5		6	75	100 (85 tema 2, 5 tema 3, 5 tema 4, 5 tema 5)	3, 7

Fitxa d'activitat docent**1. Informació respecte l'assignatura**

Títol **Estratègia i Planificació de Mitjans Publicitaris** _____
 Tema, mòdul o unitat *Tema 1* _____
 Nom de l'activitat *Investigació de l'oferta de mitjans i suports en dues localitats i posterior selecció* _____

2. Descripció de l'activitat

Explicació i objectius de l'activitat:

a. Entendre la gran varietat existent d'oferta de mitjans i aprendre a valorar la idoneïtat de la selecció.

▪ **Metodologia:** *Individual* *grupal* **X**

1. Tipus de recursos necessaris

- o Documentació: bibliografia recomanada i apunts _____
- o Multimèdia (Informàtica, audiovisuals): internet _____
- o Sortides de camp _____
- o Altres _____

2. Període i dates de presentació: Dues setmanes després de finalitzar el primer tema _____

3. Avaluació: Exercici escrit _____

Pes:¹ 10% _____

3. Distribució de Competències a desenvolupar (de les escollides per desenvolupar a l'assignatura)²

- **Comunicació**
- **Científica**
- **Artística i de la Creativitat**
- **Desenvolupament de l'auto-aprenentatge**

¹ Pes de l'activitat en el total de l'avaluació de l'assignatura

² Es recomana no més de 3 competències per tal de poder-les treballar i avaluar correctament.

4. Objectius en relació a la competència. (en funció dels objectius de l'activitat i les competències seleccionades)

<u>Objectius en relació a les competències.</u> <i>Definir la prioritat dels objectius en funció de les competències seleccionades.</i> - Entendre la gran varietat existent d'oferta de mitjans i aprendre a valorar la idoneïtat de la selecció. - Conèixer més en profunditat els mitjans publicitaris locals i el avantatges i desavantatges d'actuar en àmbits locals/regionals. - Demostrar creativitat a l'hora de cercar solucions: mitjans i suports.
--

5. Indicadors d'observació de les competències. (què observar en l'avaluació de cada competència)

competència	Indicadors o descriptors de la competència
Comunicació	Treballar en la gestió de la comunicació en qualsevol mitjà. Expressar-se oralment en públic de manera adequada. Portar a terme presentacions en públic. Utilitzar Internet de forma fluïda com a eina de treball. Comunicar conceptes i dades complexes de manera senzilla a través d'esquemes, gràfics, etc.
Científic	Analitzar i sintetitzar la informació. Mostrar un pensament estratègic. Conèixer els principis bàsics de la planificació de mitjans.
Artístic i de la Creativitat	Desenvolupar la imaginació i el pensament productiu amb originalitat, flexibilitat i fluïdesa, aplicant-ho a l'estratègia i planificació de mitjans publicitaris.
Desenvolupament de l'auto-aprenentatge	Tenir maduració d'actituds com la flexibilitat, la imaginació i l'obertura a noves informacions, situacions i metodologies. Tenir la capacitat i l'autoexigència de fer la feina ben feta.

6. Desglossament de les hores requerides per l'activitat³

Hores de preparació (professor)	t. estimat	t. validat
▪ Buscar o idear la pràctica	30'	
▪ Adaptar-la als objectius, seqüenciació i adaptació a l'assignatura	30'	
▪ Elaboració de material (dossiers, bibliografia i referències, etc.) pels alumnes i elaboració per el propi docent.		

³ Crèdits ECTS: (hores d'aula + hores autònomes / 25 = X ECTS)

▪ Avaluació	6	
▪ Coordinació entre professors	30'	
Hores d'aula		
▪ Exposició i planificació de l'exercici als alumnes	15'	
▪ Classes dirigides		
▪ Tutories individual/grupal		
▪ Exposició final		
▪ Debat / Seminari		
Hores de treball dels alumnes		
▪ Recerca d'informació	3	
▪ Planificació del treball i del grup (si és el cas).	1	
▪ Estructuració i execució de l'activitat.	5	
▪ Preparar l'avaluació		
▪ Autoavaluació		
▪ Elaborar el portfolio o carpeta de l'alumne.		
Activitats d'Avaluació		
▪ Tipus d'avaluació (Exposició oral, Treball escrit, Defensa intergrup).	Treball escrit	

7. Avaluació vers els objectius establerts: compliment dels objectius marcats amb aquesta activitat.

Molt

x Força

Poc

Gens

Observacions generals respecte el funcionament de l'activitat:

Fitxa d'activitat docent**1. Informació respecte l'assignatura**Títol **Estratègia i Planificació de Mitjans Publicitaris** _____Tema, mòdul o unitat *Tema 2, 3, 4 i 5* _____Nom de l'activitat *Investigació d'un target* _____**2. Descripció de l'activitat****Explicació i objectius de l'activitat:**

a. Que l'alumne desenvolupi les seves aptituds d'investigació centrada en el nucli del briefing de mitjans i el target.

b. Que aprengui a prioritzar el realment important que s'ha de conèixer d'un target per realitzar una estratègia de mitjans.

▪ **Metodologia:** *Individual* *grupal* *X*

1. Tipus de recursos necessaris

- o Documentació: bibliografia recomanada i apunts _____
- o Multimèdia (Informàtica, audiovisuals): internet _____
- o Sortides de camp _____
- o Altres _____

2. Període i dates de presentació: Durant l'explicació del tema 2 _____

3. Avaluació: Exercici escrit _____

Pes:⁴ 10 % _____

3. Distribució de Competències a desenvolupar (de les escollides per desenvolupar a l'assignatura)⁵

- **Comunicació**
- **Científica**
- **Artística i de la Creativitat**
- **Interpersonal**
- **Sistèmica**
- **Desenvolupament de l'auto-aprenentatge**

⁴ Pes de l'activitat en el total de l'avaluació de l'assignatura

⁵ Es recomana no més de 3 competències per tal de poder-les treballar i avaluar correctament.

4. Objectius en relació a la competència. (en funció dels objectius de l'activitat i les competències seleccionades)

<u>Objectius en relació a les competències.</u> <i>Definir la prioritat dels objectius en funció de les competències seleccionades .</i>
▪ Que l'alumne desenvolupi les seves aptituds d'investigació centrada en el nucli del briefing de mitjans i el target. Utilitzar especialment Internet. ▪ Que les dades siguin clares, útils, correctes i sintetitzades. ▪ Que aprengui a prioritzar el realment important que s'ha de conèixer d'un target per realitzar una estratègia de mitjans.

5. Indicadors d'observació de les competències. (què observar en l'avaluació de cada competència).

Competència	Indicadors o descriptors de la competència
Comunicació	Treballar en la gestió de la comunicació en qualsevol mitjà. Expressar-se oralment en públic de manera adequada. Portar a terme presentacions en públic. Utilitzar Internet de forma fluïda com a eina de treball. Comunicar conceptes i dades complexes de manera senzilla a través d'esquemes, gràfics, etc.
Científic	Analitzar i sintetitzar la informació. Mostrar un pensament estratègic. Conèixer els principis bàsics de la planificació de mitjans.
Artístic i de la Creativitat	Desenvolupar la imaginació i el pensament productiu amb originalitat, flexibilitat i fluïdesa, aplicant-ho a l'estratègia i planificació de mitjans publicitaris.
Interpersonal	Tenir l'habilitat de negociació. Reconèixer i respectar els punts de vista i opinions dels altres membres de l'equip i integrar-los en benefici dels resultats del projecte.
Sistèmica	Comprendre el funcionament i la gestió de l'agència de mitjans en la seva finalitat productora de serveis.
Desenvolupament de l'auto-aprenentatge	Tenir maduració d'actituds com la flexibilitat, la imaginació i l'obertura a noves informacions, situacions i metodologies. Tenir la capacitat i l'autoexigència de fer la feina ben feta.

6. Desglossament de les hores requerides per l'activitat⁶

Hores de preparació (professor)	t. estimat	t. validat
▪ Buscar o idear la pràctica	30'	
▪ Adaptar-la als objectius, seqüenciació i adaptació a l'assignatura	30'	
▪ Elaboració de material (dossiers, bibliografia i referències, etc.) pels alumnes i elaboració per el propi docent.		
▪ Avaluació	6	
▪ Coordinació entre professors	30'	
Hores d'aula		
▪ Exposició i planificació de l'exercici als alumnes	15'	
▪ Classes dirigides		
▪ Tutories individual/grupal		
▪ Exposició final		
▪ Debat / Seminari		
Hores de treball dels alumnes		
▪ Recerca d'informació	3	
▪ Planificació del treball i del grup (si és el cas).	1	
▪ Estructuració i execució de l'activitat.	5	
▪ Preparar l'avaluació		
▪ Autoavaluació		
▪ Elaborar el portfolio o carpeta de l'alumne.		
Activitats d'Avaluació		
▪ Tipus d'avaluació (Exposició oral, Treball escrit, Defensa intergrup).	Treball escrit	

7. Avaluació vers els objectius establerts: compliment dels objectius marcats amb aquesta activitat.

Molt

X Força

Poc

Gens

Observacions generals respecte el funcionament de l'activitat:

⁶ **Crèdits ECTS:** (hores d'aula + hores autònomes / 25 = X ECTS)

Fitxa d'activitat docent**1. Informació respecte l'assignatura**Títol **Estratègia i Planificació de Mitjans Publicitaris** _____Tema, mòdul o unitat *Tema 2, 3, 4 i 5* _____Nom de l'activitat *Anàlisi d'una estratègia* _____**2. Descripció de l'activitat**Explicació i objectius de l'activitat:

a. Desenvolupar la capacitat d'anàlisi de l'alumne sobre una estratègia real ja realitzada per un anunciant.

b. Practicar el procés de decisió estratègic (proposta d'una alternativa millor).

▪ **Metodologia:** *Individual* *grupal* *X*

1. Tipus de recursos necessaris

- o Documentació: bibliografia recomanada i apunts _____
- o Multimèdia (Informàtica, audiovisuals): internet _____
- o Sortides de camp _____
- o Altres: hauran de demanar una estratègia a agències o anunciants _____

2. Període i dates de presentació: Durant l'explicació del tema 2 _____

3. Avaluació: Exercici escrit _____

Pes:⁷ 10 % _____

3. Distribució de Competències a desenvolupar (de les escollides per desenvolupar a l'assignatura)⁸

- **Comunicació**
- **Científica**
- **Artística i de la Creativitat**
- **Interpersonal**
- **Sistèmica**
- **Desenvolupament de l'auto-aprenentatge**

⁷ Pes de l'activitat en el total de l'avaluació de l'assignatura

⁸ Es recomana no més de 3 competències per tal de poder-les treballar i avaluar correctament.

4. Objectius en relació a la competència. (en funció dels objectius de l'activitat i les competències seleccionades)

<u>Objectius en relació a les competències.</u> <i>Definir la prioritat dels objectius en funció de les competències seleccionades .</i>
▪ Desenvolupar la capacitat d'anàlisi de l'alumne sobre una estratègia real ▪ Practicar el procés de decisió estratègic (proposta d'una alternativa millor) ▪ Que les dades siguin clares, útils, correctes i sintetitzades ▪ Que l'alumne aprengui a negociar amb les agències i/o anunciants per la consecució de la informació.

5. Indicadors d'observació de les competències. (què observar en l'avaluació de cada competència).

Competència	Indicadors o descriptors de la competència
Comunicació	Treballar en la gestió de la comunicació en qualsevol mitjà. Expressar-se oralment en públic de manera adequada. Portar a terme presentacions en públic. Utilitzar Internet de forma fluïda com a eina de treball. Comunicar conceptes i dades complexes de manera senzilla a través d'esquemes, gràfics, etc.
Científic	Analitzar i sintetitzar la informació. Mostrar un pensament estratègic. Conèixer els principis bàsics de la planificació de mitjans.
Artístic i de la Creativitat	Desenvolupar la imaginació i el pensament productiu amb originalitat, flexibilitat i fluïdesa, aplicant-ho a l'estratègia i planificació de mitjans publicitaris.
Interpersonal	Tenir l'habilitat de negociació. Reconèixer i respectar els punts de vista i opinions dels altres membres de l'equip i integrar-los en benefici dels resultats del projecte.
Sistèmica	Comprendre el funcionament i la gestió de l'agència de mitjans en la seva finalitat productora de serveis.
Desenvolupament de l'auto-aprenentatge	Tenir maduració d'actituds com la flexibilitat, la imaginació i l'obertura a noves informacions, situacions i metodologies. Tenir la capacitat i l'autoexigència de fer la feina ben feta.

6. Desglossament de les hores requerides per l'activitat⁹

Hores de preparació (professor)	t. estimat	t. validat
▪ Buscar o idear la pràctica	30'	
▪ Adaptar-la als objectius, seqüenciació i adaptació a l'assignatura	30'	
▪ Elaboració de material (dossiers, bibliografia i referències, etc.) pels alumnes i elaboració per el propi docent.		
▪ Avaluació	6	
▪ Coordinació entre professors	30'	
Hores d'aula		
▪ Exposició i planificació de l'exercici als alumnes	15'	
▪ Classes dirigides		
▪ Tutories individual/grupal		
▪ Exposició final		
▪ Debat / Seminari		
Hores de treball dels alumnes		
▪ Recerca d'informació	3	
▪ Planificació del treball i del grup (si és el cas).	1	
▪ Estructuració i execució de l'activitat.	6	
▪ Preparar l'avaluació		
▪ Autoavaluació		
▪ Elaborar el portfolio o carpeta de l'alumne.		
Activitats d'Avaluació		
▪ Tipus d'avaluació (Exposició oral, Treball escrit, Defensa intergrup).	Treball escrit	

7. Avaluació vers els objectius establerts: compliment dels objectius marcats amb aquesta activitat.

Molt

X Força

Poc

Gens

Observacions generals respecte el funcionament de l'activitat:

⁹ **Crèdits ECTS:** (hores d'aula + hores autònomes / 25 = X ECTS)

Fitxa d'activitat docent**1. Informació respecte l'assignatura**Títol **Estratègia i Planificació de Mitjans Publicitaris** _____Tema, mòdul o unitat *Tema 2, 3, 4 i 5* _____Nom de l'activitat *Realització d'una estratègia de mitjans* _____**2. Descripció de l'activitat**Explicació i objectius de l'activitat:

a. Posar en pràctica els coneixements adquirits per la implementació d'una estratègia de mitjans.

b. A més, pràctica de presentació en públic.

▪ **Metodologia:** *Individual* *grup* *X*

1. Tipus de recursos necessaris

- o Documentació: bibliografia recomanada i apunts _____
- o Multimèdia (Informàtica, audiovisuals): internet _____
- o Sortides de camp _____
- o Altres _____

2. Període i dates de presentació: Després de l'explicació del tema 2 (entorn al final de Maig) _____

3. Avaluació: Exercici escrit i presentació a classe _____

Pes:¹⁰ 30 % _____

3. Distribució de Competències a desenvolupar (de les escollides per desenvolupar a l'assignatura)¹¹

- **Comunicació**
- **Científica**
- **Artística i de la Creativitat**
- **Interpersonal**
- **Sistèmica**
- **Desenvolupament de l'auto-aprenentatge**

¹⁰ Pes de l'activitat en el total de l'avaluació de l'assignatura

¹¹ Es recomana no més de 3 competències per tal de poder-les treballar i avaluar correctament.

4. Objectius en relació a la competència. (en funció dels objectius de l'activitat i les competències seleccionades)

Objectius en relació a les competències. <i>Definir la prioritat dels objectius en funció de les competències seleccionades.</i>	
▪ Amb els coneixements adquirits durant el curs, crear una estratègia de mitjans que compleixi els objectius del briefing, s'assembli el més possible a una estratègia real i que mostri les raons de cadascuna de les decisions estratègiques o tàctiques preses durant el procés. ▪ Practicar el procés de decisió estratègic. ▪ Practicar la presentació en públic. ▪ Les dades, les explicacions i la presentació han de ser clares, útils, correctes i sintetitzades. ▪ Les estratègies han de ser també creatives i originals en la selecció i utilització dels mitjans i suports publicitaris, sempre i quan el briefing ho permeti. ▪ És necessari realitzar una bona presentació formal, tant a nivell expositiu com estètic.	

5. Indicadors d'observació de les competències. (què observar en l'avaluació de cada competència).

Competència	Indicadors o descriptors de la competència
Comunicació	Treballar en la gestió de la comunicació en qualsevol mitjà. Expressar-se oralment en públic de manera adequada. Portar a terme presentacions en públic. Utilitzar Internet de forma fluïda com a eina de treball. Comunicar conceptes i dades complexes de manera senzilla a través d'esquemes, gràfics, etc.
Científic	Analitzar i sintetitzar la informació. Mostrar un pensament estratègic. Conèixer els principis bàsics de la planificació de mitjans.
Artístic i de la Creativitat	Desenvolupar la imaginació i el pensament productiu amb originalitat, flexibilitat i fluïdesa, aplicant-ho a l'estratègia i planificació de mitjans publicitaris.
Interpersonal	Tenir l'habilitat de negociació. Reconèixer i respectar els punts de vista i opinions dels altres membres de l'equip i integrar-los en benefici dels resultats del projecte.
Sistèmica	Comprendre el funcionament i la gestió de l'agència de mitjans en la seva finalitat productora de serveis.

Desenvolupament de l'auto-aprenentatge	Tenir maduració d'actituds com la flexibilitat, la imaginació i l'obertura a noves informacions, situacions i metodologies. Tenir la capacitat i l'autoexigència de fer la feina ben feta.
---	---

6. Desglossament de les hores requerides per l'activitat¹²

Hores de preparació (professor)	t. estimat	t. validat
▪ Buscar o idear la pràctica	30'	
▪ Adaptar-la als objectius, seqüenciació i adaptació a l'assignatura	30'	
▪ Elaboració de material (dossiers, bibliografia i referències, etc.) pels alumnes i elaboració per el propi docent.		
▪ Avaluació	10	
▪ Coordinació entre professors	30'	
Hores d'aula		
▪ Exposició i planificació de l'exercici als alumnes	30'	
▪ Classes dirigides		
▪ Tutories individual/grupal		
▪ Exposició final	20'	
▪ Debat / Seminari		
Hores de treball dels alumnes		
▪ Recerca d'informació	5	
▪ Planificació del treball i del grup (si és el cas).	3	
▪ Estructuració i execució de l'activitat.	14	
▪ Preparar l'avaluació		
▪ Autoavaluació		
▪ Elaborar el portfolio o carpeta de l'alumne.		
Activitats d'Avaluació		
▪ Tipus d'avaluació (Exposició oral, Treball escrit, Defensa intergrup).	Treball escrit i exposició oral	

7. Avaluació vers els objectius establerts: compliment dels objectius marcats amb aquesta activitat.

X Molt

Força

Poc

Gens

Observacions generals respecte el funcionament de l'activitat:

¹² **Crèdits ECTS:** (hores d'aula + hores autònomes / 25 = X ECTS)

Fitxa d'activitat docent**1. Informació respecte l'assignatura**Títol **Estratègia i Planificació de Mitjans Publicitaris** _____Tema, mòdul o unitat *Tema 2, 3, 4 i 5* _____Nom de l'activitat *Selecció de mitjans individual* _____**2. Descripció de l'activitat**Explicació i objectius de l'activitat:

a. Posar en pràctica individualment els coneixements adquirits per la implementació d'una estratègia.

▪ **Metodologia:** *Individual* ☒ *grup* ☐

1. Tipus de recursos necessaris

- o Documentació: bibliografia recomanada i apunts _____
- o Multimèdia (Informàtica, audiovisuals): internet _____
- o Sortides de camp _____
- o Altres: pràctiques anteriors _____

2. Període i dates de presentació: A final de curs _____

3. Avaluació: Exercici escrit individual _____

Pes:¹³ 40 % _____

3. Distribució de Competències a desenvolupar (de les escollides per desenvolupar a l'assignatura)¹⁴

- **Comunicació**
- **Científica**
- **Artística i de la Creativitat**
- **Interpersonal**
- **Sistèmica**
- **Desenvolupament de l'auto-aprenentatge**

¹³ Pes de l'activitat en el total de l'avaluació de l'assignatura

¹⁴ Es recomana no més de 3 competències per tal de poder-les treballar i avaluar correctament.

4. Objectius en relació a la competència. (en funció dels objectius de l'activitat i les competències seleccionades)

<u>Objectius en relació a les competències.</u> <i>Definir la prioritat dels objectius en funció de les competències seleccionades .</i>
▪ Amb els coneixements adquirits durant el curs, crear una estratègia de mitjans individual que compleixi els objectius del briefing i que mostri les raons de cadascuna de les decisions estratègiques o tàctiques preses durant el procés. ▪ Practicar el procés de decisió estratègic. ▪ Les explicacions han de ser clares, útils, correctes i sintetitzades. ▪ Es valorarà també la creativitat en l'estratègia.

5. Indicadors d'observació de les competències. (què observar en l'avaluació de cada competència).

Competència	Indicadors o descriptors de la competència
Comunicació	Treballar en la gestió de la comunicació en qualsevol mitjà. Expressar-se oralment en públic de manera adequada. Portar a terme presentacions en públic. Utilitzar Internet de forma fluïda com a eina de treball. Comunicar conceptes i dades complexes de manera senzilla a través d'esquemes, gràfics, etc.
Científic	Analitzar i sintetitzar la informació. Mostrar un pensament estratègic. Conèixer els principis bàsics de la planificació de mitjans.
Artístic i de la Creativitat	Desenvolupar la imaginació i el pensament productiu amb originalitat, flexibilitat i fluïdesa, aplicant-ho a l'estratègia i planificació de mitjans publicitaris.
Interpersonal	Tenir l'habilitat de negociació. Reconèixer i respectar els punts de vista i opinions dels altres membres de l'equip i integrar-los en benefici dels resultats del projecte.
Sistèmica	Comprendre el funcionament i la gestió de l'agència de mitjans en la seva finalitat productora de serveis.
Desenvolupament de l'auto-aprenentatge	Tenir maduració d'actituds com la flexibilitat, la imaginació i l'obertura a noves informacions, situacions i metodologies. Tenir la capacitat i l'autoexigència de fer la feina ben feta.

6. Desglossament de les hores requerides per l'activitat¹⁵

Hores de preparació (professor)	t. estimat	t. validat
▪ Buscar o idear la pràctica	30'	
▪ Adaptar-la als objectius, seqüenciació i adaptació a l'assignatura	30'	
▪ Elaboració de material (dossiers, bibliografia i referències, etc.) pels alumnes i elaboració per el propi docent.		
▪ Avaluació	13	
▪ Coordinació entre professors	30'	
Hores d'aula		
▪ Exposició i planificació de l'exercici als alumnes	5'	
▪ Classes dirigides		
▪ Tutories individual/grupal		
▪ Exposició final		
▪ Debat / Seminari		
Hores de treball dels alumnes		
▪ Recerca d'informació		
▪ Planificació del treball i del grup (si és el cas).		
▪ Estructuració i execució de l'activitat.	3	
▪ Preparar l'avaluació		
▪ Autoavaluació		
▪ Elaborar el portfolio o carpeta de l'alumne.		
Activitats d'Avaluació		
▪ Tipus d'avaluació (Exposició oral, Treball escrit, Defensa intergrup).	Treball escrit	

7. Avaluació vers els objectius establerts: compliment dels objectius marcats amb aquesta activitat.

X Molt

Força

Poc

Gens

Observacions generals respecte el funcionament de l'activitat:

¹⁵ **Crèdits ECTS:** (hores d'aula + hores autònomes / 25 = X ECTS)