

Actualitat en Publicitat i Relacions Públiques

2013/2014

Codi: 103139

Crèdits: 6

Titulació	Tipus	Curs	Semestre
2501935 Publicitat i Relacions Públiques	OT	4	0

Professor de contacte

Nom: Santiago Jordan Avila

Correu electrònic: Santiago.Jordan@uab.cat

Utilització d'idiomes

Llengua vehicular majoritària: espanyol (spa)

Algun grup íntegre en anglès: No

Algun grup íntegre en català: No

Algun grup íntegre en espanyol: No

Prerequisits

No se precisan

Objectius

- Conocimiento y desarrollo de las tendencias actuales de comunicación publicitaria, en el ambito empresarial.
- Explicar las nuevas herramientas de comunicación publicitaria y su integración en el plan de marketing del anunciante.
- Aplicación mediante casos practicos

Competències

Publicitat i Relacions Públiques

- Aplicar els coneixements de les diferents disciplines de les ciències socials a l'estudi de la cultura com a paràmetre organitzador dels mercats, en l'àmbit de la publicitat com a sistema principal de la comunicació persuasiva.
- Demostrar que coneix l'estructura professional i econòmica del sistema empresarial dels mitjans de comunicació.
- Demostrar que coneix l'impacte social dels mitjans de comunicació.
- Demostrar que coneix la legislació desenvolupada en l'àmbit de la comunicació social.

Resultats d'aprenentatge

1. Descriure l'estructura del sistema empresarial dels grans grups de publicitat i relacions públiques.
2. Distingir i explicar els grans corrents culturals que fonamenten l'anàlisi de la comunicació persuasiva.
3. Identificar i descriure els mecanismes de construcció d'esdeveniments en l'àmbit de la publicitat i les relacions públiques.
4. Identificar la diferència entre mitjans convencionals i no convencionals en el sistema publicitari.
5. Identificar les fonts de la tradició artística i literària en l'anàlisi dels missatges publicitaris.
6. Interpretar la legislació desenvolupada en l'àmbit de la publicitat i les relacions públiques.
7. Reconèixer i descriure els codis deontològics i els principis ètics d'autoregulació de l'activitat publicitària.
8. Reconèixer i distingir la tipologia professional i les funcions dels diferents subjectes que intervenen en

l'activitat publicitària.

9. Reconèixer i valorar l'impacte de l'actualitat informativa en la construcció de missatges publicitaris.

Continguts

Generación de conocimiento en actualidad publicitaria y aplicación del mismo destacando entre otros aproximaciones a :

1. Marketing sensorial
2. Marketing en tiempo real
3. Geomarketing
4. CRM
5. M- commerce
6. Neuromarketing
7. Móvil marketing
8. Publicidad display

Metodologia

Combinación de clases teoricas con su aplicación practica.

Activitats formatives

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Tipus: Dirigides			
Clases magistrales, seminarios y tutorias	147	5,88	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9

Avaluació

Examen: 30 %

Trabajos 60%

Intervención en los seminarios 10%

Activitats d'avaluació

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Examen y trabajos a realizar	30% examen,60% trabajos y 10% participación	3	0,12	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9

Bibliografia

Dadas las características de la asignatura se adjuntan las principales revistas de lectura:

1. El Publicista
2. Campaing

3. Advertaising Age

4. Anuncios

5. Agenda de la comunicació

6. Anuario de marketing

7. Control

8. Anuario de la creatividad española

9. IP