

## Gabinets de Comunicació

2013/2014

Codi: 103160

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 hay requisitos previos

### Objectius

- Definir el rol de los gabinetes de comunicación en el mix de marketing.
- Establecer una visión 360º en la comunicación de ámbito comercial e institucional.
- Comunicación corporativa
- El plan de comunicación
- Aplicación de los conocimientos teóricos en casos prácticos.
- Salidas profesionales desde la vertiente publicitaria y de relaciones públicas

### Competències

#### Publicitat i Relacions Públiques

- Demostrar capacitat de lideratge, negociació i treball en equip, així com resolució de problemes.
- Demostrar que coneix les teories del management en la direcció d'empreses publicitàries i organitzacions.
- Establir objectius de comunicació i dissenyar les estratègies més adequades en el diàleg entre marques i consumidors.

### Resultats d'aprenentatge

1. Analitzar els principis que fonamenten l'anàlisi de l'efectivitat (relació cost-impacte).
2. Demostrar capacitat de lideratge, negociació i treball en equip, així com resolució de problemes.
3. Diferenciar els formats de representació de les activitats de relacions públiques (consultories, esdeveniments especials, fires, gestió de crisi, publicity, etc.)

### Continguts

Estudio de las funciones de la dirección estratégica de la publicidad y de las relaciones públicas en las organizaciones.

- Herramientas básicas para la gestión de la comunicación de las organizaciones.
- Estudio de las metodologías y las fuentes utilizadas para la planificación de medios publicitarios.
- Estudio de las estrategias para el desarrollo de acciones de marketing.
- Estudio de las características funcionales de la dirección de cuentas.
- Desarrollo operativo del planner.
- Estrategia de medios y soportes publicitarios.
- Estrategias de liderazgo en organizaciones mediante protocolos de negociación.
- Estudio y desarrollo de las relaciones públicas en los diferentes sectores organizadores de la actividad social, política i económica.
- Desarrollo de la planificación de técnicas específicas de Relaciones Públicas relacionadas con los diferentes públicos de las organizaciones.
- Conocimiento de las teorías del comportamiento del consumidor formuladas desde los diferentes ámbitos de estudio de la mercadotecnia.
- Estudio y análisis de los procesos de gestión de las distintas áreas funcionales de las empresas de Publicidad y de Relaciones Públicas.

#### Comentarios adicionales

### Metodología

- Clases magistrales
- Casos prácticos para debate
- Desarrollo del plan de comunicación

### Activitats formatives

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Tipus: Dirigides			
Gabinetes de comunicación	0	0	

### Avaluació

- Examen: 20%
- Trabajos: 70%

- Intervención en seminarios: 10%

## Activitats d'avaluació

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Teoria, Seminarios, Tutorias, Lecturas y trabajos	teoria 20%;trabajos 70%, 10% participación	150	6	1, 2, 3

## Bibliografia

- El Círculo de la comunicación

Federico Varona Madrid

Netbiblo

- La jungla comunicativa

Josep Francesc Valls

Ariel Comunicación

- La gestión de la comunicación en las organizaciones

Miquel Tuñez

Comunicación social/Ediciones y publicaciones

- Publicidad y comunicación corporativa en la era digital

Marina Ramos Serrano; Miguel Garrido Lora; Juan Carlos Rodriguez Centeno

Ediciones Piramide

- Gabinetes de comunicación

Txema Ramírez

Bosch Casa Editorial,s.a

- Redacción profesional

Felipe Portocarrero; natalia Gironea

Ed. Netbiblo

- Organizational Communication

Frederic M. Jablin; Linda L. Putman

Ed. Sage Publications, Inc