

Gabinets de Comunicació

2014/2015

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 de llengües

Llengua vehicular majoritària: espanyol (spa)

Grup íntegre en anglès: No

Grup íntegre en català: No

Grup íntegre en espanyol: No

Prerequisites

No hay requisitos previos

Objectius

- Definir el rol de los gabinetes de comunicación en el mix de marketing.
- Establecer una visión 360° en la comunicación de ambito comercial e institucional.
- Comunicación corporativa
- El plan de comunicación
- Aplicación de los conocimientos teoricos en casos practicos.
- Salidas profesionales desde la vertiente vpublicitaria y de relaciones publicas

Competències

- 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 econòmica.

- 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

Metodologia

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

Activitats formatives

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Tipus: Dirigides			
Gabinets de comunicació	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 Circulo 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