

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 a l'assignatura

Llengua vehicular majoritària: espanyol (spa)

Grup íntegre en anglès: No

Grup íntegre en català: No

Grup íntegre en espanyol: No

Prerequisits

No se precisan

Objectius

- Conocimiento y desarrollo de las tendencias actuales de comunicación publicitaria y de RRPP en el ambito empresarial.
- Conocimiento y practica de las ultimas herramientas de planificación de la comunicación de las marcas.
- Coult Hunting
- Aproximación a la agencia del futuro.
- Explicar las nuevas herramientas de comunicación publicitaria y de RRPP su integración en el plan de marketing del anunciante.
- Aplicación mediante casos practicos reales.

Competències

- 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 la legislació desenvolupada en l'àmbit de la comunicació social.
- 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.

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 de RRPP y aplicación del mismo destacando entre otros aproximaciones a :

1. Marketing 2.0
2. Marketing 3.0
3. La planificación estrategica: Account Planner
4. Oceanos Azules versus Oceanos Rojos
5. T- Plann aplicado
6. La agencia del futuro
7. Tendencias en gabinetes de comunicación y relaciones publicas
8. Nuevas areas en Relaciones Publicas

Metodologia

Clases con exposición de contenidos formativos por parte del profesor.

Clases practicas con resolución de casos.

Proactividad del alumno

Trabajo en equipo

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%

Es obligatoria la presencia en el aula para la exposición de los trabajos y casos desarrollados, es necesario aprobar el test de conocimientos para aprobar la asignatura.

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

Bibliografía

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 comunicación
6. Anuario de marketing
- 7.Control
- 8.Anuario de la creatividad española
9. IP