

Titulación	Tipo	Curso	Semestre
2501935 Publicidad y Relaciones Públicas	OT	4	0

Contacto

Nombre: Santiago Jordan Avila
Correo electrónico: Santiago.Jordan@uab.cat

Uso de idiomas

Lengua vehicular mayoritaria: español (spa)
Algún grupo íntegramente en inglés: No
Algún grupo íntegramente en catalán: No
Algún grupo íntegramente en español: No

Prerequisitos

No se requieren

Objetivos y contextualización

- 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.

Competencias

- Aplicar los conocimientos de las distintas disciplinas de las Ciencias Sociales al estudio de la cultura como parámetro organizador de los mercados, en el ámbito de la Publicidad como sistema principal de la comunicación persuasiva.
- Demostrar que conoce el impacto social de los medios de comunicación.
- Demostrar que conoce la estructura profesional y económica del sistema empresarial de los medios de comunicación.
- Demostrar que conoce la legislación desarrollada en el ámbito de la comunicación social.

Resultados de aprendizaje

1. Describir la estructura del sistema empresarial de los grandes grupos de Publicidad y Relaciones Públicas.

2. Distinguir y explicar las grandes corrientes culturales que fundamentan el análisis de la comunicación persuasiva.
3. Identificar la diferencia entre medios convencionales y no convencionales en el sistema publicitario.
4. Identificar las fuentes de la tradición artística y literaria en el análisis de los mensajes publicitarios.
5. Identificar y describir los mecanismos de construcción de eventos en el ámbito de la publicidad y las relaciones públicas.
6. Interpretar la legislación desarrollada en el ámbito de la publicidad y las relaciones públicas.
7. Reconocer y describir los códigos deontológicos y principios éticos de autorregulación de la actividad publicitaria.
8. Reconocer y distinguir la tipología profesional y funciones de los distintos sujetos que intervienen en la actividad publicitaria.
9. Reconocer y valorar el impacto de la actualidad informativa en la construcción de mensajes publicitarios.

Contenido

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 estratégica: 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

Metodología

Clases con exposición de contenidos formativos por parte del profesor.

Clases practicas con resolución de casos.

Proactividad del alumno

Trabajo en equipo

Actividades

Título	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Tipo: Dirigidas			
Clases magistrales, seminarios y tutorías	147	5,88	1, 2, 5, 3, 4, 6, 7, 8, 9

Evaluación

- 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.

Actividades de evaluación

Título	Peso	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Clases magistrales, seminarios y tutorías	147 horas. 5,88 Créditos 9,3,1,8,4,7,6,5,2	3	0,12	1, 2, 5, 3, 4, 6, 7, 8, 9

Bibliografía

Dada la tematica de actualidad que demanda la asignatura trabajaremos con revistas profesionales, tales como:

Anuncios

IP

Control

Advertaising Age

El Publicista

Otros