

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 solicitan

Objetivos y contextualización

Definir el rol de los gabinetes de comunicación en el mix de marketing. Analizar su evolución, funciones, servicios y herramientas de trabajo hasta hoy.

- Diferentes tipologías de gabinetes de comunicación.
- Plan de Personal Branding
- Establecer una visión 360º "integrada" en la comunicación de ámbito empresarial y de instituciones.
- Comunicación corporativa y de producto en las sociedades empresariales actuales.
- El plan de comunicación tanto a nivel interno como externo.
- Aplicación de los conocimientos teóricos en seminarios y casos basados en "case histories" reales.
- Salidas profesionales desde la vertiente publicitaria y de relaciones públicas.

Competencias

- Demostrar capacidad de liderazgo, negociación y trabajo en equipo, así como resolución de problemas.
- Demostrar que conoce las teorías del Management en la dirección de empresas publicitarias y organizaciones.
- Establecer objetivos de comunicación y diseñar las estrategias más adecuadas en el diálogo entre marcas y consumidores.

Resultados de aprendizaje

1. Analizar los principios que fundamentan el análisis de la efectividad (relación coste-impacto).
2. Demostrar capacidad de liderazgo, negociación y trabajo en equipo, así como resolución de problemas.

3. Diferenciar los formatos de representación de las actividades de relaciones públicas (consultorías, eventos especiales, ferias, gestión de crisis, publicity, etc.).

Contenido

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 de los gabinetes de comunicación.
- Estrategia de medios y soportes publicitarios de los gabinetes de comunicación
- 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 y participación del alumno.

- Casos prácticos para debate y desarrollo
- Desarrollo de un plan de comunicación basado en un caso real.

Actividades

Título	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Tipo: Dirigidas			
Gabinetes de comunicación	0	0	

Evaluación

Examen: 20%

- Trabajos: 70%

- Intervención en seminarios: 10%

- Para aprobar la signatura deberán realizar todas las presentaciones de forma presencial.

Actividades de evaluación

Título	Peso	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Teoria, Seminarios, Lecturas, Trabajos	Teoria, Seminarios, Tutorias, Lecturas y trabajos teoria 20%;trabajos 70%, 10% participación	150	6	1, 2, 3

Bibliografía

El Círculo de la comunicación

Federico Varona Madrid

Netbiblo

- La jungla comunicatica

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