

**Actualitat en Publicitat i Relacions Públiques**

Codi: 103139

Crèdits: 6

Titulació	Típus	Curs	Semestre
2501935 Publicitat i Relacions Públiques	OT	4	0

**Professor/a 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 es precisen

**Objectius**

-

Coneixement i desenvolupament de les tendències actuals de comunicació publicitària i de RRPP en l'àmbit em

- Coneixement i pràctica de les ultimes eines de planificació de la comun
- Coul Hunting
- Aproximació a l'agència del futur.
- Explicar les noves eines de comunicació publicitària i de RRPP seva in
- Aplicació mitjançant casos pràctics reals.

**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 l'estructura professional i econòmica del sistema empresarial dels mitjans de comunicació.
- Demostrar que coneix l'impacte social dels mitjans de comunicació.
- Demostrar que coneix la legislació desenvolupada en l'àmbit de la comunicació social.

**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

Generació de coneixement en actualitat publicitària i de RRPP i aplicació del mateix destacant entre d'altres aprc

- 1.màrqueting 2.0
- 2.màrqueting 3.0
- 3.La planificació estratègica: Account Planner
- 4.Oceans Blaus versus Oceans Vermells
- 5.T- Plann aplicat
- 6.L'agència del futur
- 7.Tendències en gabinets de comunicació i relacions publiques
- 8.Noves àrees en Relacions Publiques

## Metodologia

Classes amb exposició de continguts formatius per part del professor.

- Classes pràctiques amb resolució de casos.
- Proactivitat de l'alumne
- Treball en equip

## Activitats formatives

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
<b>Tipus: Dirigides</b>			
Clases magistrales, seminarios y tutorias	147	5,88	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9

## Avaluació

- Examen: 30 %. Recuperable

-

Traball 60%. Recuperable. Configurats per diferents proves que individualment cap és superior al 20%

- Intervención en los seminarios 10%

És obligatòria la presència a l'aula per a l'exposició dels treballs i casos desenvolupats, cal aprovar el test de cor

Totes les activitats, tant de teoria com de pràctiques (seminaris i laboratoris), són recuperables sempre que l'alur

### 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

### Bibliografia

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