

**Actualitat en Publicitat i Relacions Públiques**

Codi: 103139

Crèdits: 6

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

La metodologia docent i l'avaluació proposades a la guia poden experimentar alguna modificació en funció de les restriccions a la presencialitat que imposin les autoritats sanitàries.

**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 prerequisits

**Objectius**

-

- Marqueting i Comunicació 3.0 y 4.0

- Coneixement i desenvolupament de les tendències actuals de comunicació publicitària i de RRPP en l'àmbit en
  - Coneixement i pràctica de les últimes eines de planificació de la comunicació
  - Coolhunting
  - Aproximació a l'agència del futur.
  - Explicar les noves eines de comunicació publicitària i de RRPP i la seva aplicació
  - 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 apr

1. Màrqueting 2.0
2. Màrqueting 3.0 i 4.0
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 públiques
8. Noves àrees en Relacions Públiques

## Metodologia

Classes amb exposició de continguts formatius per part del professor.

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

Seminaris

## Activitats formatives

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Tipus: Dirigides			
Classes magistrals, seminaris i tutories	48	1,92	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9

## Avaluació

A. Examen: 30 %.

B. Practiques 4/10%: 40%

C. Treball curs: 30%

És obligatòria la presència a l'aula, Presencial o Virtual, per a l'exposició dels treballs i casos desenvolupats, cal

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

Important: La metodologia docent i l'avaluació prosades poden experimentar alguna modificació en funció de les

## Activitats d'avaluació

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Examen 30%	30%	2	0,08	1, 2, 3, 5, 6, 7, 8, 9
Practiques	40%	50	2	3, 6, 9
Traball	30%	50	2	2, 3, 4, 5, 6, 9

## Bibliografia

### Bibliografia

Donades les característiques de l'assignatura s'adjunten les principals revistes de lectura

1. El Publicista
2. Campaign
3. Advertising Age
4. Anuncios
5. Agenda de la comunicació
6. Anuario de marketing
7. Control
8. Anuario de la creatividad española
9. IP