

Planificació Estratègica

Codi: 103157
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: Evandro Samuel Ribeiro Dos Santos Oliveira
Correu electrònic: Evandro.Oliveira@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: Sí

Prerequisits

Dins del marc de la prevenció en matèria del virus Covid-19 les assignatures del 1r trimestre es realitzaran en format semipresencial. Per aquest motiu els alumnes que vulguin cursar aquesta assignatura han de tenir al seu abast la possibilitat d'accedir a les tecnologies de la informació i la comunicació (TICs) que garanteixin el seguiment correcte de l'assignatura. Dins d'aquestes tecnologies s'ha de disposar de:

- Suport informàtic per a poder accedir al Campus Virtual i visualitzar les activitats d'aprenentatge audiovisual i realitzar les activitats pràctiques de formació.
- Eines i tecnologies de comunicació capaces de treballar en equip de forma telemàtica. Parlem d'eines que permetin la comunicació per mitjà de teleconferència en grup.

Objectius

L'assignatura està concebuda per a conèixer la planificació estratègica des del punt de vista dels objectius comunicacionals estratègics (intangibles), la seva traducció en objectius operacionals i tàctiques per a programes de comunicació anuals, plurianuals i campanyes de Publicitat i Relacions Públiques. Així l'assignatura dóna les eines bàsiques per a entendre els processos i instruments d'anàlisi, diagnòsi, planificació i avaluació.

L'estudiant en finalitzar la matèria haurà de ser capaç de resoldre casos pràctics, prendre decisions i formular judicis a partir d'informació limitada en relació amb l'estratègia de la comunicació de relacions públiques i publicitària, així com crear estratègies i tàctiques de continguts, traduïdes també en missatges clau i en identificació de resultats (outputs i outcomes) del procés comunicatiu.

Competències

- Analitzar les dades dels mercats (competència, imatge de marca) per a l'elaboració d'un pla de comunicació.
- Demostrar capacitat de lideratge, negociació i treball en equip, així com resolució de problemes.
- Demostrar que coneix les teories del management en la direcció d'empreses publicitàries i organitzacions.

- Establir objectius de comunicació i dissenyar les estratègies més adequades en el diàleg entre marques i consumidors.

Resultats d'aprenentatge

1. Analitzar els principis que fonamenten l'anàlisi de l'efectivitat (relació cost-impacte).
2. Demostrar capacitat de lideratge, negociació i treball en equip, així com resolució de problemes.
3. Descriure la naturalesa de les relacions d'intercanvi entre empreses-anunciants i consumidors.
4. Detectar les necessitats del consumidor i avaluar-ne el paper en el procés de compra.
5. Diferenciar els formats de representació de les activitats de relacions públiques (consultories, esdeveniments especials, fires, gestió de crisi, publicity, etc.).

Continguts

1. Gestió estratègica integrada aplicada
2. Objectius estratègics comunicacionals
3. Objectius operacionals
4. Processos i instruments d'anàlisi, diagnosi, planificació i avaluació.
5. Programes anuals
6. Campanyes
7. Missatges clau i resultats (output i outcome) del procés comunicatiu.

El calendari detallat amb el contingut de les diferents sessions s'exposarà el dia de presentació de l'assignatura. Es penjarà també al Campus Virtual on l'alumnat podrà trobar la descripció detallada dels exercicis i pràctiques, els diversos materials docents i qualsevol informació necessària per a l'adequat seguiment de l'assignatura. En cas de canvi de modalitat docent per raons sanitàries, el professorat informarà dels canvis que es produiran en la programació de l'assignatura i en les metodologies docents.

Metodologia

La metodologia docent s'adapta a la tipologia de les sessions docents marcades en funció de les característiques de l'assignatura i de les directives aplicades en matèria de seguretat i protecció pel virus Covid-19. Així se seguirà una metodologia semipresencial on la teoria es realitzarà de forma telemàtica i les classes presencials es destinaran a un treball més pràctic.

- Sessions teòriques en format de Docència Virtual. Les classes de teoria es realitzaran de forma telemàtica utilitzant material oportú:
- Per a la teoria es plantejaran el vídeo com a principal eina que permet a l'alumne la seva visualització les vegades oportunes i l'adaptació a la seva agenda de la visualització del contingut.
- S'utilitzarà un fòrum per a la resolució de dubtes conjunts que puguin existir durant l'assignatura.
- Activitats de comprensió no avaluatives. Es plantejaran activitats complementàries per assegurar que l'alumne comprén el contingut teòric i assegurar que assoleix els objectius de l'aprenentatge.
- Activitat d'avaluació i síntesis de la informació a cada tema. Els alumnes, en grups, hauran de realitzar una petita activitat avaluativa.

A causa de la complexitat dels continguts expressats en el tema 2 de l'assignatura aquest es donarà de manera presencial. En aquest sentit no es farà una classe magistral, sinó que s'utilitzarà un sistema més pràctic de classe en format debat.

- Pràctiques de laboratori, destinades a potenciar habilitats i coneixements adquirits durant l'assignatura. El format utilitzat serà l'anàlisi de casos reals (Case History).
- Realització d'un treball final on es posi en pràctica de forma transversal el contingut de l'assignatura.

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

Nota: es reservaran 15 minuts d'una classe, dins del calendari establert pel centre/titulació, per a la complementació per part de l'alumnat de les enquestes d'avaluació de l'actuació del professorat i d'avaluació de l'assignatura/mòdul.

Activitats formatives

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Tipus: Dirigides			
Classes teòriques, pràctiques i seminaris	52,5	2,1	1, 2, 3, 4, 5
Tipus: Supervisades			
Tutories i revisió d'exercicis	7,5	0,3	1, 3, 4, 5
Tipus: Autònomes			
Estudi individual, lectures, realització d'exercicis	82,5	3,3	1, 2, 3, 4

Avaluació

El sistema d'avaluació de l'assignatura està basat en els següents criteris:

- Activitat A: Control de coneixement (30% sobre la qualificació final): examen teòric final. Per a superar l'assignatura, el test haurà de ser aprovat amb una qualificació igual o superior a 5,0 (condició indispensable).
- Activitat B: Realització i presentació de les activitats pràctiques (40% sobre la qualificació final). En cas de no presentar dins del termini i en la forma escaient les activitats pràctiques, s'obtindrà una nota igual a 0,0. La nota global del criteri B s'obtindrà a partir de la mitjana del conjunt de notes de les activitats.
- Activitat C: Realització i presentació del treball pràctic final (30% sobre la qualificació final)

$A (30\%) + B (40\%) + C (30\%) = 100\%$ NOTA FINAL DE L'ASSIGNATURA

* Per a superar l'assignatura és obligatori obtenir una nota igual o superior a 5,0 cadascun de criteris d'avaluació (A, B i C).

Reavaluació

a) L'alumnat tindrà dret a la recuperació de l'assignatura si ha estat avaluat del conjunt d'activitats, el pes de les quals sigui d'un mínim de 2/3 parts de la qualificació total de l'assignatura i haver obtingut almenys un 3,5 de nota mitjana ponderada de l'assignatura.

b) La teoria pot recuperar-se només si l'estudiant ha obtingut entre un 3,5 i un 4,9 en la qualificació de la prova teòrica. La prova de recuperació consistirà en un examen d'avaluació de coneixements teòrics.

c) L'alumnat que hagi suspès o no hagi presentat una pràctica (sempre que sigui per raons degudament acreditades i acceptades per l'equip docent), tindrà l'opció de presentar-se a la seva recuperació durant el

període establert ad hoc. La recuperació de cada pràctica consistirà en la resolució d'un cas o problema de comunicació a l'aula (dia o hora a determinar).

d) El treball final de l'assignatura (30%) és un treball avaluable que no es podrà recuperar, pel fet que resulta pràcticament impossible la realització d'un altre treball d'aquestes característiques amb el temps que es disposa.

Segona matrícula

En cas de segona matrícula, l'alumnat podrà realitzar una única prova de síntesi que consistirà en test teòric. La qualificació de l'assignatura correspondrà a la qualificació de la prova de síntesi.

Plagi

L'estudiant que realitzi qualsevol irregularitat (còpia, plagi, suplantació d'identitat ...) es qualificarà amb 0 aquest acte d'avaluació. En cas que es produeixin diverses irregularitats, la qualificació final de l'assignatura serà 0.

Activitats d'avaluació

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Casos pràctics	40%	3,5	0,14	1, 2, 3, 4, 5
Examen tipus test	30%	2	0,08	1, 3, 4, 5
Treball final de l'assignatura	30%	2	0,08	1, 2, 3, 4, 5

Bibliografia

Álvarez, A. (2011): Medición y Evaluación en Comunicación. UMA, Málaga
Capriotti, P. (2013): Planificación Estratégica de la Imagen Corporativa. UMA, Málaga
Matilla, K. (2009): Conceptos fundamentales en la planificación estratégica: Relaciones Públicas. Ed. UOC, Barcelona.
Oliveira, Evandro (2019): The instigatory theory of NGO Communication: stratetic communication in civil society organisations. Springer VS, Wiesbaden
Sanchez-Blanco (2011): Planificación estratégica. Universitas, Madrid
Steel, J. (2000): Verdades, mentiras y publicidad. Eresma, Madrid
Xifra, J. (2001): Relaciones Públicas: estrategias y tácticas. Revisión Técnica, Addison Wesley, Madrid
Xifra, J. (2005): Planificación estratégica de RRPP, Paidós, Barcelona

Programari

Per a aquesta assignatura no es necessita cap programa informàtic