

Gabinets de Comunicació

Codi: 103160

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 requisits previs

Objectius

-

Definir el paper dels Gabinets de comunicació en el mix de màrqueting. Analitzar la seva evolució, funcions, serv

- Diferents tipologies de gabinets de comunicació.
- Pla de Personal Branding
- Establir una visió 360º "integrada" en la comunicació d'àmbit empresari
- Comunicació corporativa i de producte en les societats empresarials ac
- El pla de comunicació tant a nivell intern com extern.
- Aplicació dels coneixements teòrics en seminaris i casos basats en "Ca
- Sortides professionals des del vessant publicitari i de relacions públiques

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-anunciant i consumidors.
4. Diferenciar els formats de representació de les activitats de relacions públiques (consultories, esdeveniments especials, fires, gestió de crisi, publicity, etc.).

Continguts

Estudi de les funcions de la direcció estratègica de la publicitat i de les relacions públiques en les organitzacions

- Eines bàsiques per a la gestió de la comunicació de les organitzacions.

- Estudi de les metodologies i les fonts utilitzades per a la planificació de mitjans publicitaris.

- Estudi de les estratègies per al desenvolupament d'accions de màrqueting.

- Estudi de les característiques funcionals de la direcció de comptes.

- Desenvolupament operatiu del
planner
dels gabinets de comunicació.

- Estratègia de mitjans i suports publicitaris dels gabinets de comunicació

- Estudi i desenvolupament de les relacions públiques en els diferents sectors organitzadors de l'activitat social,

Metodologia

Classes magistrals i participació de l'alumne.

- Casos pràctics per a debat i desenvolupament
- Desenvolupament d'un pla de comunicació basat en un cas real.

La metodologia docent i la 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
Tipus: Supervisades			
Tutories i revisió d'exercicis	7,5	0,3	1, 3, 4
Tipus: Autònomes			
Estudi individual, lectures, realització d'exercicis	82,5	3,3	1, 2, 3, 4

Avaluació

- Examen: 30 %. Recuperable
- Treballs 70%. Recuperable. Configurats per diferents proves que individualment cap és superior al 20%
-
- És obligatòria la presència a l'aula per a l'exposició dels treballs i casos desenvolupats, cal aprovar el test de coneixements per aprovar l'assignatura.
- Totes les activitats, tant de teoria com de pràctiques (seminaris i laboratoris), són recuperables sempre que l'alumnat hagi estat avaluat en un mínim de 2/3 parts del total d'activitats avaluable.

Activitats d'avaluació

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Examen	30%	2	0,08	1, 2, 3, 4

Bibliografia

A les aules Moodle es penjarà la bibliografia i lectures de consulta.

Programari

L'assignatura no requereix de cap programari.