

Titulación	Tipo	Curso
2501935 Publicidad y Relaciones Públicas	OT	4

Contacto

Nombre: Xavier Ribes Guardia

Correo electrónico: xavier.ribes@uab.cat

Idiomas de los grupos

Puede consultar esta información al [final](#) del documento.

Prerrequisitos

No se requieren

Objetivos y contextualización

- Conocimiento y desarrollo de las tendencias actuales de comunicación publicitaria y de RRPP en el ámbito empresarial.
- Conocimiento y práctica de las últimas herramientas de planificación de la comunicación de las marcas.
- Coolhunting/
- Aproximación a la agencia del futuro.
- Explicar las nuevas herramientas de comunicación publicitaria y de RRPP su integración en el plan de marketing del anunciante.
- Aplicación mediante casos prácticos reales.

Resultados de aprendizaje

1. CM12 (Competencia) Integrar la legislación vigente en el ámbito de la publicidad y las relaciones públicas para un desempeño socialmente responsable de la actividad profesional.
2. KM14 (Conocimiento) Indicar las principales corrientes culturales y tradiciones artístico-literarias que inciden en la comunicación persuasiva.
3. KM16 (Conocimiento) Describir la estructura del tejido empresarial de los principales grupos de publicidad y relaciones públicas.
4. SM12 (Habilidad) Analizar campañas publicitarias y acciones de relaciones públicas a partir de las teorías y conceptos propios de la disciplina.

Contenido

Generación de conocimiento en actualidad publicitaria y de RRPP y aplicación del mismo destacando entre otras aproximaciones a :

1. Marketing 2.0
2. Marketing 3.0 y 4.0
3. La planificación estratégica: Account Planner
4. Océanos Azules versus Océanos Rojos
5. T- Plann aplicado
6. La agencia del futuro
7. Tendencias en gabinetes de comunicación y relaciones públicas
8. Nuevas áreas en Relaciones Públicas

Actividades formativas y Metodología

Título	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Tipo: Dirigidas			
Clases magistrales	37,5	1,5	CM12, KM14, KM16, SM12, CM12
Seminarios	15	0,6	CM12, KM14, KM16, SM12, CM12
Tipo: Supervisadas			
Tutorías y revisión de ejercicios	7,5	0,3	CM12, KM14, KM16, SM12, CM12
Tipo: Autónomas			
Estudio individual, lecturas, realización de ejercicios	82,5	3,3	CM12, KM14, CM12

Clases con exposición de contenidos formativos por parte del profesor.

Clases prácticas con resolución de casos.

Proactividad del alumno

Trabajo en equipo

Nota: se reservarán 15 minutos de una clase dentro del calendario establecido por el centro o por la titulación para que el alumnado rellene las encuestas de evaluación de la actuación del profesorado y de evaluación de la asignatura o módulo.

Evaluación

Actividades de evaluación continuada

Título	Peso	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Examen	30%	2	0,08	CM12, KM14, KM16

Prácticas	40	3	0,12	SM12
Trabajo	30	2,5	0,1	CM12, KM14, KM16

La evaluación continuada está formada por tres ítems:

- a) Examen: 30 %.
- b) Prácticas: 4/10%: 40%
- c) Trabajo de curso: 30%

Es obligatoria la presencia en el aula, presencial o virtual, para la exposición de los casos desarrollados. Hay que aprobar el test de conocimientos para superar la signatura.

Todas las actividades, tanto de teoría como de practicas (seminarios y laboratorios), son recuperables siempre que el alumno haya estado evaluado en un mínimo de 2/3 partes del total de actividades evaluables

Importante: La metodología docente y la evaluación propuestas pueden experimentar alguna modificación en función de las restricciones a la presencialidad que determinen las autoridades sanitarias

El estudiante que realice cualquier irregularidad (copia, plagio, suplantación de identidad ...) que pueda conducir a una variación significativa de la calificación de un acto de evaluación, se calificará con 0 este acto de evaluación. En caso de que se produzcan varias irregularidades, la calificación final de la asignatura será 0.

Evaluación única:

La evaluación única se compone de tres ítems formados por:

- a) Trabajo global de la asignatura con un valor de nota del 50% y recuperable por el alumnado
- b) Dos prácticas de aula con un valor de nota del 20, es decir, un 10% cada una. No recuperable.
- c) Un test de conocimientos con un valor de nota del 30%. No recuperable.

Bibliografía

Dada la tematica de actualidad que demanda la asignatura trabajaremos con revistas profesionales, tales como:

1. El Publicista
2. Campaign
3. Advertising Age
4. Anuncios
5. Agenda de la comunicación
6. Anuario de marketing

7.Control

8.Anuario de la creatividad española

9. IP

Software

La asignatura no requiere de ningún software específico.

Lista de idiomas

Nombre	Grupo	Idioma	Semestre	Turno
(SEM) Seminarios	51	Catalán	primer cuatrimestre	tarde
(TE) Teoría	5	Catalán	primer cuatrimestre	tarde