

Titulació	Tipus	Curs
2501935 Publicitat i Relacions Públiques	OB	3

Professor/a de contacte

Nom: Alejandro Martínez Moreno

Correu electrònic: alejandro.martinez@uab.cat

Idiomes dels grups

Podeu consultar aquesta informació al [final](#) del document.

Prerequisits

ERASMUS I MOBILITAT

Aquesta assignatura és anual, per tant no poden matricular-se els ALUMNES ERASMUS I MOBILITAT.

Objectius

- Conèixer i estudiar les diferents tècniques creatives i d'ideació en Publicitat i Relacions Públiques.
- Practicar a través de diferents projectes mitjançant el *learn by doing*.
- Crear, produir i presentar un projecte anual 360 que permeti aplicar tant l'estratègia creativa com el desenvolupament execucional, utilitzant les tècniques creatives i d'ideació de Publicitat i Relacions Públiques.

Resultats d'aprenentatge

1. CM07 (Competència) Avaluar la idoneïtat de campanyes publicitàries i accions de relacions públiques en funció de l'impacte social que tenen.
2. CM08 (Competència) Executar projectes 360 que integrin estratègies creatives, peces publicitàries i accions de relacions públiques.
3. CM09 (Competència) Dissenyar campanyes publicitàries i accions de relacions públiques sensibles a les últimes tendències socials i avenços tecnològics.
4. KM08 (Coneixement) Identificar les tècniques creatives aplicables en el desenvolupament de projectes publicitaris i de relacions públiques.
5. KM09 (Coneixement) Reconèixer els recursos expressius i narratius que intervenen en el desenvolupament de projectes publicitaris i de relacions públiques.
6. SM08 (Habilitat) Produir peces publicitàries i accions de relacions públiques tant per a mitjans concrets com per a projectes amb punts de contacte estratègics (multitouchpoint).

Continguts

- Bases conceptuals i estratègiques de la creativitat en comunicació comercial.
- Tècniques d'ideació publicitària, aplicades a projectes concrets.
- Producció de diverses peces i accions publicitàries , des de peces específiques per a mitjans concrets a un projecte *multitouchpoint*.
- Execució d'un projecte 360 en el qual operen conjuntament estratègies creatives, peces i accions 360 de Publicitat i RRPP.

Activitats formatives i Metodologia

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Tipus: Dirigides			
Classes teòriques i projectes de pràctiques	105	4,2	CM07, CM08, CM09, KM08, KM09
Tipus: Supervisades			
Tutories	15	0,6	CM08, CM09, KM08, KM09, SM08
Tipus: Autònomes			
Lectura, anàlisi i síntesi de textos, preparació i realització de treballs	165	6,6	CM07, CM08, CM09, KM08, KM09, SM08

- "Learn by doing", o aprendre fent. La intenció és aplicar els coneixements en projectes concrets, sota una "direcció creativa" pràctica i continuada per part dels professors.

- Alhora que l'estudiant coneix les diferents tècniques creatives de Publicitat i Relacions Públiques crearà, per grups, des de l'estratègia creativa fins a les baixades execucionals de diferents projectes basats en briefs reals. I les presentaran oralment i per escrit per a la seva aprovació.

-Cada grup ha de seguir setmanalment les publicacions (nacionals i internacionals) que es pautin. I cada setmana, dos grups presentaran la seva proposta de "Anunci de la setmana".

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.

Avaluació

Activitats d'avaluació continuada

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Primera Avaluació	33,33	5	0,2	CM07, CM09, KM08, KM09, SM08
Segona Avaluació	33,33	5	0,2	CM07, CM09, KM08, KM09, SM08

Aquesta assignatura segueix avaluació continuada i no preveu avaluació única.

La nota surt de la mitjana entre les notes parcials dels diferents projectes:

33,33%.-Primera avaluació- (Projecte DRAC + Projecte Nadal)

33,33%.-Segona avaluació- (Projecte 4 briefs)

33,33%.-Tercera avaluació- (Projecte 360º + "Ad of the year")

Cal haver lliurat tots els entregables setmanals de l' "Anunci de la setmana" per poder accedir a la mitjana dels Projectes.

Recuperació.

L'alumnat tindrà dret a la recuperació de l'assignatura si ha estat avaluat del conjunt d'activitats el pes de les quals equivalgui a un mínim de 2/3 parts de la qualificació total de l'assignatura.

Activitat de recuperació: Projecte campanya *multitouchpoint*, que suposarà la possibilitat de recuperar el 100% 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.

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.

Bibliografia

BIBLIOGRAFIA Bàsica

Publicitat

-Pricken, Mario (2004) *Publicidad creativa. Ideas y técnicas de las mejores campañas internacionales*. GG, BCN

-Mahon Nik (2012), *Ideación. Cómo generar grandes ideas publicitarias*. Gustavo Gili. Barcelona.

Veksner, Simon (2009) *Ser un buen creativo publicitario*. Blume, Barcelona

-Asociación Española de Anunciantes (2003). *Publicidad que funciona. El libro de los casos*. AEA y ESIC

-Arden, Paul (2003). "It's not how good you are, it's how good you want to be". Phaidon

-Bullmore, Jeremy. "More Bullmore, behind the scenes in advertising".

-French, Neil. "Sorry for the lobsters". Neil French Singapore

-Harari, Noah Yuval "Sapiens". Debate

-Roam, Dan (2000). "Haz que tu presentación sea algo extraordinario". Gestión

-Roberts, Kevin (2005). "Lovemarks". Empresa Activa

Relacions Públiques

Palencia-Lefler, Manuel (2011) *90 Técnicas de Comunicación y Relaciones Públicas*. Profit Ed. Barcelona.

Xifra J. Lalueza (2009) *Casos de Relaciones Públicas y Comunicación Corporativa*, Prentice-Hall

Grunig, J. Hunt, T (2000) *Dirección de Relaciones Públicas*. Gestión 2000, Barcelona.

Wilcox, DL.; Autt, P.; Agee, W.; Cameron G.; (2001) *RRPP. Estrategias y Tácticas*. Addison W. Madrid.

ADECEC (2003). *40 éxitos en comunicación*. Pearson Educación, Prentice Hall. Madrid.

MITJANS DIGITALS:

Revistes professionals

Anuncios: www.anuncios.com

El Periódico de la publicidad: www.periodicopublicidad.com

El Publicista: www.elpublicista.com

IP-Mark: www.ipmark.com

ControlPublicidad: www.controlpublicidad.com

Marketing directo.com: www.marketingdirecto.com

Puromarketing: www.puromarketing.com

Yorokobu: www.yorokobu.es

Advertising Age

Campaign

AdLatina

LatinSpots

Reason Why

Lüzer's Archive

Adsoftheworld.com

TheStable.com.au: <https://www.thestable.com.au/>

Programari

Aquesta assignatura no requereix cap programari específic.

Llista d'idiomes

Nom	Grup	Idioma	Semestre	Torn
(PLAB) Pràctiques de laboratori	51	Català	anual	tarda
(PLAB) Pràctiques de laboratori	52	Català	anual	tarda
(PLAB) Pràctiques de laboratori	53	Català	anual	tarda

