

Titulació	Tipus	Curs
2501935 Publicitat i Relacions Públiques	OT	4

Professor/a de contacte

Nom: Pere Navalles Villar

Correu electrònic: pere.navalles@uab.cat

Idiomes dels grups

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

Prerequisits

Es requereix una actitud positiva i proactiva per tal d'aprofitar al màxim l'assignatura, que s'impartirà amb l'objectiu d'apropar els alumnes al món professional de l'empresa de comunicació comercial en general, i a l'agència de publicitat en particular.

Objectius

- Introduir l'alumnat en els actuals criteris i els diversos camps de la gestió empresarial al món de la comunicació comercial en general i, en particular, al de l'agència de publicitat.
- Dotar l'alumnat d'una visió transversal respecte el funcionament del negoci al sector de la comunicació comercial.
- Impartir la base pràctica necessària per entendre la gestió empresarial, per tal de facilitar-li l'entrada al món professional i posar els fonaments per al seu futur ascens a llocs directius o de gestió.

Resultats d'aprenentatge

- CM21 (Competència) Dissenyar plans de màrqueting que tinguin en compte les empreses proveïdores, els pressupostos i el control de costos.
- CM22 (Competència) Planificar una estratègia publicitària atenent a la part interessada (stakeholders) i també a la repercussió social que tenen.
- KM27 (Coneixement) Reconèixer el valor de marques i públics com a eixos estratègics en la relació entre empreses anunciants i persones consumidores.
- KM28 (Coneixement) Reconèixer les empreses publicitàries com a unitats de negoci per comprendre el seu paper en la indústria de la comunicació.

Continguts

- 1.- Introducció. Continguts de l'assignatura. Què és empresa avui: aportar a la cadena de valor. Què és publicitat avui. Treballar vs. emprendre. Objectiu: adquirir una visió transversal de com funciona aquest negoci.
- 2.- La indústria de la comunicació. Ecosistema d'empreses de publicitat i comunicació comercial. Tipologia. Les principals empreses de cada àmbit i els seus treballs emblemàtics. Multinacionals vs locals.
- 3.- L'agència de publicitat. Context, orígens i evolució del seu model de negoci (James Walter Thompson, Bill Bernbach, Mad men, els professionals avui). Organigrama tipus. Perfils professionals. Oficines i organització interna (com a lloc de treball i com a eina d'imatge i posicionament). Oportunitats de desenvolupament professional.
- 4.- Els grans networks multinacionals, context i organització. Holdings. Reporting i relació amb clients multinacionals. Hubs. Clients captius vs. agències captives. Les principals xarxes mundials i les seves filials espanyoles.
- 5.- Empreses nacionals i participades per networks. Emprenedors, freelancers i l'atomització especialitzada. Venda a multinacionals, l'earn out. Ecosistemes col·laboratius. Els principals players locals, qui són i quins són els seus clients bandera.
- 6.- Organització interna. Departaments. Equips. Gestió econòmica i gestió emocional. Quan la maquinària base són les persones. Cohabitació de diferents perfils. Lideratge. Recruitment. Motivació. Teambuilding. Top down i bottom up.
- 7.- Els clients. La importància de definir la relació. Comptes o projectes. Remuneració: scope of work, contracte vs fee per projecte. Creixement orgànic. Cercar negoci vs crear negoci. Proactivitat.
- 8.- New Business. L'estratègia de nou negoci. El Pla de new business. El mapa de sectors. La wish list. Models de gestió de new business. Actors externs. Actors interns. El poder del boca-orella. PR corporatiu. Networking. Els concursos.
- 9.- Els Ingressos. Cost vs retorn. El fee per conceptes d'activitat i servei. La gestió de producció (audiovisual, digital i gràfica). Gestió de drets (models, música, imatges, etc). Estudi gràfic. Adaptacions.
- 10.- Control de despeses. Business plan. Overhead. Profit. Ràtios. Les Q i l'equilibri inestable. La importància de la projecció de resultats. Pla de reorientació, com gestionem les desviacions sobre pla. Despeses comercials. Incentius a empleats.
- 11.- Festivals. Els festivals com a eina d'acció comercial: Atraure clients i atraure talent. Els principals festivals (Transversals: Cannes, Sol, One Show, FIAP ... Verticals: Effies, Aspid, el Chupete ...). Glamour convertible en negoci. Costos i projecció de despeses d'inscripció de l'any (festivals, categories ...) El Gunn Report. El rànquing Crema.
- 12.- Vendre. La necessitat de diferenciar-se. Transmetre la personalitat de la nostra pròpia marca. Les credencials. Preparar-presentar-vendre. El valor del temps: concreció, convicció, rellevància. El factor primera impressió. Servei vs. activisme.
- 13.- La presentació. De l'elevator pitch a la macro presentació. Com presentar-se i com presentar. Conèixer l'audiència. L'estructura de continguts. L'equilibri entre l'auditiu i el visual. Dominar la sala.
- 14.- Innovació i empenedoria. El binomi exploració-explotació. Open innovation. Empreses que venen innovació. Idees més enllà de la publicitat: Formar part de la conversa, construir marca fent, aportar valor millorant la vida de la gent. Emprendre per innovar.

Activitats formatives i Metodologia

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Tipus: Dirigides			
Pràctiques, seminaris i debat	37,5	1,5	CM22, KM27, CM22
Teoria	15	0,6	CM22, KM27, CM22
Tipus: Supervisades			
Tutories	7,5	0,3	CM21, KM28, CM21

Tipus: Autònomes

Projecte d'emprenedoria, estudi,	82,5	3,3	CM21, CM22, CM21
----------------------------------	------	-----	------------------

S'anirà impartint el programa enriquit amb experiències reals pròpies del professor, d'acord amb la seva visió i experiència en empreses de sector.

S'aplicarà l'impartit en la teoria a l'elaboració d'un projecte d'emprenedoria dins l'àmbit publicitari, projecte que conclourà en la presentació d'una proposta d'empresa.

Cada sessió conclourà amb la presentació de la notícia més rellevant del sector, sel·leccionada per l'alumnat setmanalment a partir d'una bateria determinada de publicacions nacionals i internacionals.

Xerrades realitzades a classe per personalitats que vindran a reforçar l'aproximació professional al sector.

Es farà molt èmfasi en apropar l'alumnat al món professional, introduint-los en l'entorn de l'empresa.

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
Assistència a conferència professional gratuïta	15%	1,5	0,06	KM27, KM28
Assistència i participació	10%	1,5	0,06	CM21, CM22, KM27
Examen	50%	1,5	0,06	KM27
Projecte d'emprenedoria	25%	3	0,12	CM21, CM22, KM28

Aquesta assignatura segueix l'avaluació continuada i també preveu l'avaluació única.

Els ítems d'avaluació són els següents:

-10% Assistència i participació -tant a la teoria com a les pràctiques- valorant-se actitud, implicació i aportacions a classe, així com el rendiment de l'alumne.

-25% Treball de síntesi. Durant el quadrimestre, els alumnes hauran de desenvolupar un projecte d'empresa publicitària que culminarà amb la seva participació en un concurs final per obtenir un suposat "client".

-15% Assistència a conferència professional. es realitzarà un treball sobre el tema i conclusions d'una conferència professional al Club de Marketing de Barcelona o al Col·legi professional del Marketing i la Comunicació de Catalunya, segons es determini en funció al tema, horari i dia. L'assistència a aquesta conferència no representarà cap cost per a l'alumnat.

-50% Examen final sobre els diferents continguts impartits a l'assignatura.

L'avaluació única inclou tres activitats: Realització d'un treball sobre una conferència professional (15%); Projecte d'emprenedoria (35%) i examen de continguts (50%).

Els treballs a realitzar de l'assistència a la conferència professional i el projecte d'emprenedoria es lliuraran el mateix dia de la realització de l'examen.

Recuperació

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

Tant pel que fa a l'avaluació única com a la continuada, l'examen és l'única activitat de recuperable. La recuperació consistirà en un examen addicional sobre diferents temes de l'assignatura. L'enunciat serà idèntic per a totes dues modalitats d'avaluació.

Plagi

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

Bibliografia

- Arden, Paul. "It's not how good you are, it's how good you want to be".
 - Bullmore, Jeremy. "More Bullmore, behind the scenes in advertising".
 - Carnegie, Dale. "Cómo hablar bien en público".
 - Caro, Franciso J. & Fernández, David. "Empresa Publicitaria"
 - Cubeiro, Juan Carlos. "La sensación de fluidez."
 - French, Neil. "Sorry for the lobsters".
 - Harari, Noah Yuval "Sapiens".
 - Roam, Dan. "Haz que tu presentación sea algo extraordinario".
 - Roberts, Kevin. "Lovemarks".
 - Segarra, Toni. "Desde el otro lado del escaparate".
 - Solana, Daniel. "Postpublicidad".
 - Trias de Bes, Fernando. "El libro negro del emprendedor".
 - Vidal, Marc. "Una hormiga en París".
 - Walsh, Mike. "Futuretainment".
- Hopkins. My life in advertising.

Webografia:

- 1.- Reason Why, <https://www.reasonwhy.es>
- 2.- Anuncios, <https://www.anuncios.com/>
- 3.- Campaign, <https://www.campaignlive.co.uk/>
- 4.-AdAge, <https://adage.com/>
- 5.-AdWeek, <https://www.adweek.com/>
- 6.- Campaignasia, <https://www.campaignasia.com/>
- 7.- AdLatina, <https://www.adlatina.com/>
- 8.-LatinSpots <https://www.latinspots.com/sp/>

Programari

Cap en particular

Llista d'idiomes

Nom	Grup	Idioma	Semestre	Torn
-----	------	--------	----------	------

(PLAB) Pràctiques de laboratori	51	Català	primer quadrimestre	tarda
(TE) Teoria	5	Català	primer quadrimestre	tarda

PROVISIONAL