

Titulació	Tipus	Curs
Publicitat i Relacions Públiques	OB	1

Professor/a de contacte

Nom: Alfonso Gonzalez Quesada

Correu electrònic: alfons.gonzalez@uab.cat

Equip docent

Mireya Places Fernando

Elaine Aparecida Lopes Da Silva

Maria Angeles Jimenez Lopez

Cristina Martorell Castellano

Idiomes dels grups

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

Prerequisits

No n'hi ha.

Objectius

1. Saber identificar mercats i públics.
2. Comprendre l'abast de les eines i recursos bàsics del màrqueting analític i saber aplicar-los.
3. Conèixer l'abast de les principals tipologies de fonts i recursos d'informació.
4. Usar adequadament les principals tipologies de fonts i recursos d'informació per donar resposta a qualsevol mena de necessitat informativa en l'àmbit de la publicitat, el màrqueting i les relacions públiques.

Resultats d'aprenentatge

1. KM10 (Coneixement) Enumerar les etapes i estratègies en el desenvolupament d'un pla de comunicació.

2. KM11 (Coneixement) Explicar els elements fonamentals que intervenen en l'elaboració d'un pla de màrqueting.
3. SM10 (Habilitat) Aplicar processos de recerca documental i tècniques qualitatives i quantitatives per a la gestió de la informació en projectes de publicitat i relacions públiques.

Continguts

Àmbit Màrqueting:

- Màrqueting - Aproximació general (història, grans autors, enfocaments màrqueting).
- Anàlisi entorn i DAFO.
- Investigació de mercat: Qualitatiu i Quantitatiu.
- Polítiques de màrqueting: Les "4P" (producte, preu, distribució i comunicació).
- Segmentació i posicionament i Comportament dels consumidors.

Àmbit Gestió Documental

- La gestió documental: què és i per a què serveix. Aproximació a les Unitats d'Informació.
- La representació del coneixement: eina bàsica per a la cerca d'informació.
- Les fonts d'informació: tipologia, característiques i usos.
- La informació electrònica. Les bases de dades: estructura, funcionament i consulta.
- Internet com a font d'informació: directoris i motors de cerca. La informació bibliogràfica a Internet: catàlegs, bases de dades, portals editorials, buscadors acadèmics. Buscadors en la web 2.
- Fonts d'informació gràfica i audiovisual útils per a la pràctica publicitària, el màrqueting i les relacions públiques.
- Elaboració de documents acadèmics: consideracions formals. La identificació bibliogràfica: normes i eines.

Activitats formatives i Metodologia

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Tipus: Dirigides			
Classes teòriques	15	0,6	KM10, KM11
Sessions de pràctiques i seminaris	90	3,6	KM10, KM11, SM10
Tipus: Supervisades			
Tutories i revisió d'exercicis i treballs	15	0,6	KM10, KM11, SM10
Tipus: Autònomes			
Realització d'exercicis, encàrrecs i treballs. Lectura de textos. Estudi.	165	6,6	KM10, KM11, SM10

En tractar-se d'una assignatura anual el primer semestre es dedica a treballar els continguts específics de les dues matèries que formen l'assignatura a través de sessions teòriques i pràctiques. El segon semestre es dedica a l'elaboració d'un projecte conjunt en què intervenen totes dues matèries. La metodologia docent d'aquest segon semestre prioritza les sessions pràctiques, els seminaris i les exposicions grupals.

El calendari detallat amb el contingut de les diferents sessions s'exposarà el dia de presentació de l'assignatura i estarà també disponible al Campus Virtual de l'assignatura, on l'alumnat podrà trobar els diversos materials docents i tota la informació necessària per l'adequat seguiment de l'assignatura. En cas de canvi de modalitat docent per motius de força major segons les autoritats competents, el professorat informarà dels canvis que es produiran en la programació de l'assignatura i en les metodologies docents.

El contingut de l'assignatura serà sensible als aspectes relacionats amb la perspectiva de gènere i amb l'ús del llenguatge inclusiu.

Nota: es reservaran 15 minuts d'una classe, dins del calendari establert pel centre/titulació, perquè els alumnes compleixin les enquestes d'avaluació de l'actuació del professorat i d'avaluació de l'assignatura.

Avaluació

Activitats d'avaluació continuada

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Pràctiques Individuals d'Aula (PIA)	10%	5	0,2	KM10, KM11, SM10
Prova Individual de continguts teòrics i pràctics de Màrqueting.	25%	2	0,08	KM10, KM11, SM10
Prova Individual de continguts teòrics i pràctics de Gestió Documental	25%	2	0,08	KM10, KM11, SM10
Treball de Curs	40%	6	0,24	KM10, KM11, SM10

El sistema per superar l'assignatura és només a través del seguiment de l'avaluació continuada. Això vol dir realitzar i lliurar les diferents activitats d'avaluació previstes, que es detallen a continuació:

1. Pràctiques individuals d'aula (10% de la nota final). El seguiment de l'avaluació continuada exigeix la realització d'un mínim del 70% dels exercicis, tant de Màrqueting com de Gestió Documental. L'assistència a les sessions de les pràctiques individuals és obligatòria.

2. Proves individuals (50% de la nota final). Caldrà realitzar un examen de continguts teòrics i pràctics de Màrqueting (25% de la nota final) i un altre de Gestió Documental (25% de la nota final). Aquestes dues proves pretenen avaluar l'assoliment i comprensió dels principals continguts teòrics i pràctics de l'assignatura en els seus dos vessants i han de demostrar el grau d'aprenentatge i estudi autònom de l'alumnat.

Per seguir l'avaluació continuada la mitjana de les dues proves individuals no pot ser inferior al 4. Si la nota mitjana és inferior a 3, l'assignatura quedarà suspesa sense possibilitat de reavaluació. L'alumnat amb nota mitjana entre 3 i 3,99 haurà d'anar a la recuperació de les proves en què no hagi assolit un 5.

3. Treball de curs (40% de la nota final). Es tracta d'un treball en grup que es realitzarà íntegrament durant el segon semestre. El seu objectiu és conjugar els dos components de l'assignatura a través d'un cas pràctic. Els encàrrecs per a cada grup i les especificitats sobre la realització i seguiment del treball grupal es donaran a l'inici del segon semestre.

La qualificació final s'obtindrà de la suma dels percentatges corresponents als tres ítems avaluats sempre que es compleixin els requisits per seguir l'avaluació continuada. Per superar l'assignatura, la suma ponderada dels tres ítems haurà d'arribar a 5.

Aquesta assignatura no contempla l'avaluació única.

La 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.

Per optar a la recuperació, l'alumnat haurà d'haver realitzat, com a mínim, el 70% de les PIA tant en la part de Màrqueting com en la de Gestió Documental i haver obtingut una nota no inferior a 3 com a mitjana de les proves individuals de Màrqueting i Gestió Documental.

Es poden recuperar les proves individuals de Màrqueting i Gestió Documental, és a dir, el 50% de les activitats avaluables. Les activitats que queden excloses de la recuperació són les pràctiques individuals i el treball de curs, perquè es basen en un desenvolupament continu i no es poden reproduir fora del període previst.

Consideració de no avaluable

L'alumnat que no hagi completat almenys el 33% de les activitats d'avaluació previstes en l'assignatura serà considerat com a 'no avaluable' i així constarà en la qualificació final.

Plagi

En cas que l'estudiant realitzi qualsevol irregularitat que pugui conduir a una variació significativa de la qualificació d'un acte d'avaluació, es qualificarà amb 0 aquest acte d'avaluació, amb independència del procés disciplinari que s'hi pugui instruir. En cas que es produeixin diverses irregularitats en els actes d'avaluació d'una mateixa assignatura, la qualificació final d'aquesta assignatura serà 0.

Ortografia

Les incorreccions ortogràfiques o gramaticals en qualsevol de les activitats de l'assignatura restaran punts en les seves qualificacions.

Ús de la IA

En aquesta assignatura, es permet l'ús de tecnologies d'Intel·ligència Artificial (IA) com a part integrant del desenvolupament del treball, sempre que el resultat final reflecteixi una contribució significativa de l'alumnat en l'anàlisi i la reflexió personal. L'alumnat haurà d'identificar clarament quines parts han estat generades amb aquesta tecnologia, especificar les eines emprades i incloure una reflexió crítica sobre com aquestes han influït en el procés i el resultat final de l'activitat. La no transparència de l'ús de la IA es considerarà falta d'honestat acadèmica i pot comportar una penalització en la nota de l'activitat, o sancions majors en casos de gravetat.

Bibliografia

Gestió documental

ABADAL, Ernest. *Servicios y sistema de información digital*. Gijón: Trea, 2001.

ABADAL, Ernest; CODINA, Lluís. *Bases de datos documentales: características, funciones y método*. Madrid: Síntesis, 2005. (Ciencias de la información. Biblioteconomía y documentación; 25) ISBN 84-9756-263-1.

CODINA, Lluís. "Motores de búsqueda de información científica y académica" [En línia]. *Hipertext.net*, núm. 5, 2007. <<http://www.hipertext.net>> [Consulta: 12.10.2010]. ISSN 1695-5498.

FERRAN, Núria; PÉREX-MONTORO, Mario. *Búsqueda y recuperación de la información*. [Recurs electrònic]. Barcelona: UOC.

LOPEZ YEPES, José (Coord.) *Manual de ciencias de la documentación*. Madrid : Pirámide, 2002. (Ozolid). ISBN 84-368-1645-5.

MORENO JIMÉNEZ, Pilar. "Estrategias y mecanismos de búsqueda en la web invisible" [En línia]. En: Biblioteca Daniel Cosío Villegas, México, 2003-2005. http://biblio.colmex.mx/recelec/web_invisible.htm . [Consulta: 12.10.2010]

SALAZAR, Idoia. *Las profundidades de Internet*. Gijón: Trea, 2005

Màrqueting

ARMSTRONG, G., KOTLER, P., MERINO, M. J., PINTADO, T., & JUAN, J. M. (2011). *Introducción al marketing* (Vol. 2). Madrid: Pearson.

KIM, W. C., & MAUBORGNE, R. (2017). *Las claves de la Estrategia del Océano Azul*. Profit Editorial.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin (2006). *Dirección de Marketing* (12a ed). Madrid: Prentice Hall.

SANTESMASES, Miguel. (2007). *Marketing. Conceptos y estrategias* (5a. ed.). Madrid: Pirámide.

Programari

L'assignatura no exigeix cap programari específic.

Grups i idiomes de l'assignatura

La informació proporcionada és provisional fins al 30 de novembre de 2025. A partir d'aquesta data, podreu consultar l'idioma de cada grup a través daquest [enllaç](#). Per accedir a la informació, caldrà introduir el CODI de l'assignatura

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
(TE) Teoria	5	Català	anual	tarda