

Titulació	Tipus	Curs
Planificació Estratègica en Publicitat i Relacions Públiques	OB	1

Professor/a de contacte

Nom : Ileana Lis Zeler

Correu electrònic : ileana.zeler@uab.cat

Equip docent

Guillem Marca Frances

Arantza Danes Vilallonga

Equip docent (extern a la UAB)

Andrea Oliveira

Idiomes dels grups

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

Prerequisits

No hi ha prerequisits per cursar aquesta assignatura.

Objectius

- Comprendre els fonaments de les relacions públiques digitals per desenvolupar estratègies efectives.
- Desenvolupar habilitats per planificar estratègicament la comunicació digital, des de la investigació fins a l'execució.
- Gestionar de manera estratègica la comunicació en l'entorn digital, incloent-hi la col·laboració amb influencers.
- Adquirir competències per prevenir i gestionar crisis de comunicació en línia.
- Implementar eines per mesurar i avaluar l'efectivitat de les estratègies de comunicació digital.

Resultats d'aprenentatge

1. Adaptar-se al treball en línia amb els mitjans socials
2. Conèixer l'actuació integrada de la publicitat i les relacions públiques en la planificació estratègica digital.
3. Conèixer les característiques específiques de la planificació estratègica digital.

Continguts

- Introducció a les relacions públiques en l'entorn digital
- La planificació estratègica de la comunicació digital: investigació formativa
- Identificació i segmentació de públics en l'entorn digital
- Planificació estratègica de les relacions públiques digitals: objectius, estratègies, execució i avaluació
- Gestió estratègica de la comunicació a les xarxes socials
- Gestió de crisis en la comunicació digital
- Lideratge i comunicació digital: competències i perfils professionals 2.0

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

Activitats formatives i Metodologia

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Elaboració de treballs	50	2	2, 3
Tutories	12	0,48	1, 3
Estudi personal	40	1,6	1
Classes de problemes i plantejament d'estratègies digitals	15	0,6	1, 3
Classes magistrals en format presencial	30	1,2	2, 3

Es realitzaran classes magistrals presencials i classes de problemes i plantejament d'estratègies digitals, així com tutories i activitats autònomes de treball individual.

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.

Nota: es reservaran 15 minuts d'una classe, dins del calendari establert pel centre/titulació, perquè l'alumnat completi 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
Assistència i participació	10	0,2	0,008	2, 3

Casos d'estudi	35	1,1	0,044	1, 2, 3
Projecte del mòdul	30	1	0,04	1, 2, 3
Activitat pràctica	25	0,7	0,028	1, 2, 3

Per a l'avaluació de l'assignatura es tindrà en compte la presència de l'alumnat a les classes dirigides presencials, magistrals i de problemes (com a mínim el 80% són obligatòries), així com la seva participació en les activitats supervisades i autònomes. L'avaluació és continuada i no hi ha examen teòric final del mòdul.

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

Aquest mòdul no preveu el sistema d'avaluació única.

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.

Per a aquesta assignatura, es permet l'ús de tecnologies d'Intelligència Artificial (IA) exclusivament en tasques de suport, com la cerca d'informació i/o la correcció de textos. 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 en aquesta activitat avaluable es considerarà falta d'honestedat acadèmica i pot comportar una penalització parcial o total en la nota de l'activitat, o sancions majors en casos de gravetat.

Bibliografia

- Capriotti, Paul & Zeler, Ileana. (2023) Analysing effective social media communication in higher education institutions. *Humanities & Social Sciences Communication* 10, 656. <https://doi.org/10.1057/s41599-023-02187-8>
- Cuenca-Fontbona, Joan, Compte-Pujol, Marc; & Zeler, Ileana (2022). La Estrategia Aplicada a Las Relaciones Públicas En El Medio Digital: El Caso español. *Revista Latina De Comunicación Social*, 80 (febrero):163-82. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2022-1537>
- De la Cierva, Yago (2020) *Navegar en aguas turbulentas: Principios y buenas prácticas en gestión y comunicación de crisis*. IESE.
- Gutiérrez-García, Elena & Sadi, Gabriel (2020). Capacidades profesionales para el mañana de la comunicación estratégica: contribuciones desde España y Argentina. *Revista De Comunicación*, 19(1), 125-148. <https://doi.org/10.26441/RC19.1-2020-A8>
- IAB Spain (s.d.). Estudio anual de redes sociales en España. Recuperado de <https://iabspain.es/categoria-de-estudio/redes-sociales/>
- Losada, José Carlos (2014). *Comunicación en la gestión de crisis*. Editorial UOC.
- Marca Francés, Guillem (2018). *Como hacer un plan estratégico de comunicación. Vol. IV: La investigación estratégica de evaluación*. Editorial UOC.
- Matilla, Katty (2017) *Como hacer un plan estratégico de comunicación. Volumen I. Un modelo de planificación estratégica, paso a paso*. Editorial UOC.
- Maxwell, John (2010) *El poder de las relaciones: Lo que distingue a la gente altamente efectiva*. HarperEnfoque
- Oliveira, Andrea (2018). *Como hacer un plan estratégico de comunicación. Vol. II: Públicos y Stakeholders*. Editorial UOC.
- Vargas Portillo, Patricia (2021). Qué hacer cuándo arde la Red: gestión de crisis de comunicación on-line. *Comunicación Y Hombre*, (17), 381-383. <https://doi.org/10.32466/eufv-cyh.2021.17.660.381-383>

Programari

Es treballa principalment amb recursos digitals i TIC: xarxes socials, Google Analytics, campus virtual, entre altres.

Grups i idiomes de l'assignatura

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

Tipus de docència	Grup	Idioma	Semestre	Torn
(TEm) Teoria (màster)	30	Espanyol	primer quadrimestre	tarda