

GRAU EN PUBLICITAT I RRPP: PLA DOCENT DE L'ASSIGNATURA

Assignatura:	TEORIA DE LA PUBLICITAT						
Matèria:	M6: TÈCNiques I PROCEDIMENTS DE LA COMUNICACIÓ						
Requisits Previs:	És aconsellable tenir superades la majoria de les matèries bàsiques.						
Docent:	Dr. J. BOTEY LÓPEZ	Torn:	MATI i TARDA				
Idioma:	Català.						
Tipus:	OB	Crèdits ECTS	6	Semestre:	SEGON	Any Acadèmic:	2011-12

METODOLOGIA I ORGANITZACIÓ GENERAL DE L'ASSIGNATURA

L'assignatura Teoria de la Publicitat pretén exposar les bases fonamentals de les eines de comunicació comercial persuasiva que les empreses i institucions duen a terme per a fer arribar als seus públics objectius els missatges sobre els seus productes i serveis. L'assignatura introdueix els conceptes bàsics que es desenvoluparan al llarg de la carrera en altres assignatures així com els seus processos i estructures fonamentals.

Les classes seran magistrals, però quan ho requereixi el temari, es podran introduir casos pràctics i / o exercicis de discussió que l'alumne/a haurà de resoldre d'acord amb les indicacions del docent. Al llarg del curs, es lliurarà documentació addicional a la bibliografia que permetrà conèixer diversos aspectes del mercat i els agents publicitaris. S'espera una actitud activa per part de l'alumne que ajudi a assolir els objectius plantejats.

El temari proposat s'ha d'entendre com un compendi de temes a tractar en el decurs de les sessions més que com un guió o índex sistematitzat.

Els detalls es concreten en l'explicació dels 2 blocs en què s'organitza l'assignatura.

TEMARI DE L'ASSIGNATURA

BLOC 1:	TÍTOL: PUBLICITAT, COMUNICACIÓ EMPRESARIAL I MARCA
A) Publicitat, comunicació i comunicació empresarial. B) El màrqueting (un repàs...) C) La marca. D) La publicitat i altres "polítiques d'impulsió".	
BLOC 2:	TÍTOL: ELS AGENTS DE LA COMUNICACIÓ PUBLICITÀRIA. EL FUNCIONAMENT DE LA INDÚSTRIA PUBLICITÀRIA.
A) La publicitat com a indústria i com a professió. B) L'agència de publicitat. C) L'anunciant: tipologies i estructures funcionals. D) El Brínging: com treballen els anunciants / les institucions / les organitzacions E) Introducció a la planificació de mitjans. F) La publicitat i el seu valor social.	

→ *Aquesta informació del Pla Docent és una versió reduïda del document publicat a la intranet de l'ESRP que està en disposició de tot l'alumnat.*