



ESCOLA SUPERIOR DE RELACIONS PÚBLIQUES

Centre adscrit a la Universitat de Barcelona



UNIVERSITAT DE BARCELONA



CURS 2011-2012

LLICENCIATURA PUBLICITAT I RELACIONS PÚBLIQUES

PRODUCT PLACEMENT: INSERCIÓ DE MARQUES I PRODUCTES A LA FICCIÓ AUDIOVISUAL

Docent: Prof. Jordi González

Lliure Elecció
Crèdits: 4 cr.
Caràcter: Semestral

OBJECTIUS.

Presentar les possibilitats del *Product Placement* com a tècnica de comunicació i com pot integrar-se a un Pla de Publicitat o de Relacions Públiques.

METODOLOGIA.

Explicativa de la teoria fonamental d'aquesta tècnica comunicativa i pràctica mostrant exemples existents.

TEMARI.

- 1.- Què és el *Product Placement*?
- 2.- Història i aparició de *Product Placement*.
- 3.- Relació entre marca i ficció audiovisual.
- 4.- Planificació i estratègia.
- 5.- Tipologies.
- 6.- Característiques.
- 7.- Valoració del *Product Placement*.
- 8.- El "actors" del *Product Placement*.
- 9.- Legislació.

AVALUACIÓ.

Convocatòria única. Prova escrita i treball desenvolupat a classe.

BIBLIOGRAFIA.

Pérez Del Campo, Enrique: *La comunicación fuera de los medios*. ESIC, 2002.
Royo Vela, Marcelo: *Comunicación publicitaria*, Minerva Ediciones. Barcelona, 2003.

OBSERVACIÓ: Es una activitat especialment adreçada a alumnes de segon cicle.

ÚLTIMA ACTUALITZACIÓ: JUNY 2011