

Plan 302 Lic.Publicidad y R. Públicas

Asignatura 30861 MODELOS ESTRATÉGICOS DE LA PUBLICIDAD

Grupo 1

Presentación

Programa Básico

Enfoque metodológico de la estrategia
Clases de estrategias
La publicidad como teoría científica

El proceso estratégico. Etapas: de información, de valoración, de elección, de evaluación y control

Modelos de planificación estratégica

Objetivos

Como prolongación de los conocimientos adquiridos en la asignatura "Estrategias de la comunicación pública por objetivos" la asignatura está orientada a la aplicación práctica de los conocimientos sobre estrategia al ámbito de la comunicación publicitaria.

El principal objetivo que se persigue es desarrollar las capacidades necesarias para analizar y llegar a diseñar adecuadamente una estrategia de comunicación.

Programa de Teoría

Parte I Introducción

Bloque I:

Tema 1. Enfoque metodológico de la estrategia

Tema 2. Clases de estrategias: general de la empresa Anunciante, de Mk y de Publicidad

Tema 3. El proceso estratégico. Etapas: Información, valoración, elección, evaluación y control

Bloque II:

Tema 4. Modelos estratégicos convencionales (print/audiovisual)

Tema 5. Modelos estratégicos S. XX (multimedia/online)

Tema 6. WEB 2.0, Redes Sociales y Nuevos Modelos estratégicos

Parte II: Conclusiones: Que hemos aprendido y Plan estratégico para llevarlo a la práctica

Programa Práctico

Se propondrán actividades prácticas al final de cada uno de los temas que nos permitan comprobar con casos reales "Cases of Study" de las principales empresas del sector de Mk y Publicidad, si se ha entendido la teoría del capítulo teórico.

Evaluación

La asignatura consta de dos partes:

1. Teórica, en la que se explicarán y desarrollarán los contenidos a tratar en cada uno de los temas, ejemplificando para una correcta asimilación. El alumno dispondrá de los apuntes tomados en clase, PPTS colgados en la página web de la asignatura, así como de artículos y bibliografía complementarios.

2. Práctica, en la que los alumnos, en grupos de 5, 6 personas, tendrán que realizar las actividades prácticas propuestas. Siempre que sea posible las prácticas se desarrollaran en clase, aunque algunas pueden requerir un trabajo previo a realizar fuera de clase (recopilar información p.e.).

La calificación final se compondrá de:

1. Examen final de julio: calificado de 0 a 10 puntos, su peso en la calificación final será de un 80%
2. Prácticas de clase: el conjunto de las prácticas, junto con la asistencia, y el feed back entre alumnos y profesor en clase (participacion con criterio) será un elemento clave e importante a tener a la hora de modular la calificación final: un 20%.

Bibliografía
