

DOBLE TITULACIÓ GRAU EN ADMINISTRACIÓ D'EMPRESES I GI / GRAU EN MÀRQUETING I CD

120235 - ESTRATÈGIES DE PUBLICITAT I PROMOCIÓ

Informació general

- Curs acadèmic 2023/24
- Curs: Segon
- Trimestre: Tercer
- Nombre de crèdits: 4
- Professorat:
 - Thibisay Coromoto González Rodríguez <tgonzalez@tecnocampus.cat>

Llengües de docència

- Castellà

Presentació de l'assignatura

L'objectiu d'aquesta assignatura és que l'estudiant aprengui com dissenyar l'estratègia de comunicació a través d'accions de màrqueting. La gestió de estratègies Push i Pull, i les eines per dur a terme estratègies de publicitat i promoció de productes i marques.

Competències/Resultats d'aprenentatge

Bàsica

- B4. Que els estudiants puguin transmetre informació, idees, problemes i solucions a un públic tant especialitzat com no especialitzat.

Específica

- E1. Reconèixer l'entorn en què opera l'organització, el funcionament de l'empresa i les seves àrees funcionals i els instruments d'anàlisi.
- E2. Aplicar els fonaments del màrqueting i investigació de mercats.
- E3. Identificar les eines qualitatives i quantitatives d'anàlisi i diagnòstic per a la investigació de mercats.
- E4. Analitzar i avaluar les estratègies de desenvolupament, llançament i posicionament de nous productes, així com prendre decisions en relació amb la variable del producte, preu, distribució i comunicació.

General

- G1. Ser capaç de treballar en equip, participant activament en les tasques i negociant davant opinions discrepants fins arribar a posicions de consens, adquirint així l'habilitat per aprendre conjuntament amb altres membres de l'equip i crear nous coneixements.
- G2. Ser capaç d'innovar desenvolupant una actitud oberta davant el canvi i estar disposats a re-avaluar els vells models mentals que limiten el pensament.

Transversal

- T1. Comunicar amb propietat de forma oral i escrita en les dues llengües oficials a Catalunya.
- T5. Desenvolupar tasques aplicant els coneixements adquirits amb flexibilitat i creativitat i adaptant-los a contextos i situacions noves.

No definides

Continguts

Tema 1: Desenvolupament d'una Comunicació efectiva

- La funció de la comunicació a Màrqueting
- Desenvolupament d'una comunicació efectiva: Les 4 preguntes bàsiques: 1. Què cal dir? 2. A qui cal dir-ho? 3. Com cal dir-ho? 4. Com mesurar els resultats?

Tema 2: La Campanya de Màrqueting

- Desenvolupament i gestió d'una Campanya de Màrqueting
- El *Brief* de comunicació

Tema 3: El Mix de Comunicació

- La decisió del mix de comunicació
- Direcció i coordinació de la comunicació integrada de màrqueting . Planificació de la Campanya

Tema 4: Estratègies *Pull*

- El mitjà imprès
- El mitjà auditiu
- El mitjà visual

Tema 5: Comunicació segons el cicle de vida del producte

Tema 6: Elecció dels mitjans

Tema 7: Estratègies *Push*

- Comunicació en el Punt de Venda

Tema 8: Tècniques Creatives

Tema 9: RRPP, Patrocini, Comunicació Institucional

Objectius de Desenvolupament Sostenible

- 08 - Treball digne i creixement econòmic
- 04 - Educació de qualitat

Sistema d'avaluació i qualificació

SE1. Participació a les activitats plantejades dins l'aula (20%)

- Seminari "Anàlisi d'una Campanya de Màrqueting" 15%
- Assitència regular a classe. Participació en exercicis duts a terme a l'aula 5%

SE2. Projecte final en grup amb lliuraments parcials (50%)

SE4. Examen final (30%)

S'ha de realitzar l'examen final per comptabilitzar la resta de l'avaluació i obtenir una nota major o igual a 5/10 per aprovar l'Assignatura.

Recuperació: Per a aquells que hagin suspès l'examen final, tindran l'opció de fer un examen recuperació durant l'última setmana del trimestre. La nota acumulada en l'avaluació contínua, es guardarà i serà comptabilitzada també per a l'examen de recuperació.