

## DATOS GENERALES DE LA ASIGNATURA

**ASIGNATURA:** Patrocinio: Nuevas Formas de Financiación y Acción Social

**PLAN DE ESTUDIOS:** Grado en Publicidad y Relaciones Públicas (OGR-PUBLI)

**CENTRO:** Facultad de Ciencias Sociales

**CARÁCTER DE LA ASIGNATURA:** Optativo

**ECTS:** 6,0

**CURSO:** 4º

**SEMESTRE:** 1º Semestre

**IDIOMA EN QUE SE IMPARTE:**

Castellano, excepto las asignaturas de idiomas que se impartirán en el idioma correspondiente

Esta asignatura no está activa en el curso académico.

## DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

### OBSERVACIONES CONTENIDO DE LA ASIGNATURA:

La asignatura Patrocinio: nuevas formas de financiación y acción social aporta una visión más amplia y global sobre la importancia de los patrocinios en la empresa/ organización /institución. Una fórmula profesional donde la estrategia y las metodologías son claves para entender este avance en las acciones comunicativas.

- Concepto de patrocinio y mecenazgo. Perspectiva histórica.
- Visión del patrocinio y del mecenazgo como actitud corporativa.
- Las fundaciones y el patrocinio fiscal.
- Estrategias y metodologías del patrocinio y del mecenazgo.
- La visualización del patrocinio y mecenazgo en el diseño periodístico, publicitario y de la comunicación audiovisual.

## COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE A ADQUIRIR POR EL ALUMNO

### COMPETENCIAS GENERALES:

- RD 822/2021. Según el Real Decreto 822/2021, el marco competencial del título se define a través de grandes competencias (GC), ubicadas temporalmente en esta categoría de "competencias generales".
- GC01. Competencia para la adquisición de las bases y fundamentos de la comunicación. Diagnosticar, analizar, valorar y relacionar el marco de la publicidad y las relaciones púb
- GC02. Competencia para la elaboración de géneros publicitarios y de las relaciones públicas y el desempeño de distintos perfiles profesionales. Conocer la evolución de la Publicidad y las Relaciones Públicas, los diferentes mecanismos de actuación, su implicación y proyección social, y las diversas técnicas y estéticas desarrolladas a lo largo de la historia y en la actualidad, adaptándose a los nuevos perfiles profesionales provenientes de la comunicación digital.
- GC04. Competencia para la comunicación corporativa. Conocer, analizar y diseñar estrategias de comunicación para instituciones de todo tipo, asegurando las acciones necesarias para una realización eficaz de los objetivos comunicativos diseñados.

### COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- RD 822/2021. Según el Real Decreto 822/2021, el marco competencial del título se concreta en los

resultados de aprendizaje de cada materia y asignatura

**COMPETENCIAS TRANSVERSALES:**

- RD 822/2021. Según el Real Decreto 822/2021, el marco competencial del título se concreta en los resultados de aprendizaje de cada materia y asignatura.

**RESULTADOS DE APRENDIZAJE:**

El alumno será capaz de:

- SbC1.1\_Subcompetencia\_Intrepretar los fenómenos sociológicos, económicos, históricos, políticos, jurídicos, artísticos y comunicativos para comprender los hechos actuales y realizar el desempeño de la publicidad y las relaciones públicas de calidad.
- SbC1.2\_Subcompetencia\_Desempeñar las relaciones públicas y publicidad desde una perspectiva global.
- SbC2.2\_Subcompetencia\_Elaborar y definir diferentes técnicas propias de la profesión acorde a las necesidades del entorno para cubrir las necesidades del mercado.
- SbC4.1\_Subcompetencia\_Interpretar objetivos y estrategias de comunicación para una comunicación corporativa de calidad.
- C1.1\_Conocimiento\_Conocer los principios sociológicos, económicos, históricos, políticos, jurídicos, artísticos y comunicativos.
- C1.2\_Conocimiento\_Comprender la relación entre las distintas áreas de conocimiento y su vínculo con la publicidad y las relaciones públicas.
- C2.1\_Conocimiento\_Comprender en profundidad todas las técnicas propias de la profesión para un buen desarrollo profesional.
- C2.2\_Conocimiento\_Conocer e interpretar los diferentes géneros existentes en publicidad y relaciones públicas para el desempeño de los diferentes perfiles profesionales.
- C4.1\_Conocimiento\_Conocer la información sobre el comportamiento de los grupos de interés para el desarrollo y las estrategias de la comunicación corporativa.
- H1.1\_Habilidad o destreza\_Analizar los fenómenos socio-culturales para la producción publicitaria y de relaciones públicas.
- H1.2\_Habilidad o destreza\_Aplicar los conocimientos básicos en principios en sociología, economía, historia, políticas, legislación, arte y comunicación en el ejercicio de la profesión de publicidad y relaciones públicas.
- H4.2\_Habilidad o destreza\_Analizar el entorno para su posterior aplicación en las diferentes áreas de la comunicación corporativa.
- CT1.1\_Compentencia transversal, valor o actitud\_Desarrollar el sentido de la integridad y ética en la publicidad y relaciones públicas, partiendo del correcto cumplimiento de la normativa legal.
- CT4.1\_Compentencia transversal, valor o actitud\_Desarrollar capacidad de liderazgo y toma de decisiones en el ámbito de la comunicación corporativa desde una actitud ética.