

## DATOS GENERALES DE LA ASIGNATURA

**ASIGNATURA:** Laboratorio Publicitario Aplicado

**PLAN DE ESTUDIOS:** Grado en Publicidad y Relaciones Públicas (PGR-PUBLICI)

**CENTRO:** Facultad de Ciencias Sociales

**CARÁCTER DE LA ASIGNATURA:** Obligatoria (OB)

**ECTS:** 6,0

**CURSO:** 4º

**TEMPORALIDAD:** 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 DEL CONTENIDO DE LA ASIGNATURA:

La asignatura Laboratorio publicitario aplicado permite conocer el concepto, principales teorías y contexto que rodea a la a la profesión de las publicidad y las RRPP ya que busca mediante trabajos reales ofrecer al alumnado la aplicación de todos los conceptos aprendidos mediante la creación y elaboración de campañas profesionales.

- Elaboración de Ideas y conceptos.
- Resolución de briefings.
- Trabajo del constructo publicitario: Copy + Arte. (dupla)
- Trabajo de casos
- Elaboración para distintos formatos publicitarios. Campañas digitales y nuevos medios.

## 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"
- 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.
- GC03. Competencia para la competencia digital. Conocer, analizar, criticar y aplicar el potencial digital y sus posibilidades creativas en la difusión y elaboración de contenidos de calidad, la búsqueda de información y las estrategias de colaboración y comunicación.
- GC06. Competencia para el emprendimiento y la innovación. Analizar y valorar el entorno empresarial, institucional y de las organizaciones, identificando necesidades de adaptación del mercado comunicativo y oportunidades de innovación; elaborar y liderar estrategias de cambio o emprendimiento, valorando adecuadamente riesgos y fortalezas.

#### 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:

- SbC2.1\_Subcompetencia\_Interpretar la evolución de la profesión de las relaciones públicas y la publicidad así como sus géneros y metodologías de aplicación.
- SbC2.2\_Subcompetencia\_Elaborar y definir diferentes técnicas propias de la profesión acorde a las necesidades del entorno para cubrir las necesidades del mercado.
- SbC3.1\_Subcompetencia\_Interpretar y valorar los avances tecnológicos digitales para su uso en la comunicación.
- SbC3.2\_Subcompetencia\_Desempeñar la comunicación digital atendiendo a su potencial creativo y de calidad.
- SbC6.1\_Subcompetencia\_Identificar e interpretar las oportunidades de emprendimiento en el ámbito de publicidad y las relaciones públicas.
- SbC6.2\_Subcompetencia\_Desempeñar el rol de emprendedor innovador.
- 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.
- C3.1\_Conocimiento\_Conocer los elementos, técnicas y estrategias de la comunicación digital.
- C3.2\_Conocimiento\_Comprender el potencial y el contexto de la comunicación digital para el desempeño de la publicidad y las relaciones públicas
- C6.1\_Conocimiento\_Conocer el entorno mediático, científico-tecnológico, económico, político y social para el emprendimiento.
- C6.2\_Conocimiento\_Comprender el mercado comunicativo y sus oportunidades para la innovación.
- H2.1\_Habilidad o destreza\_Analizar y elaborar géneros y mecanismos propios de la profesión de las relaciones públicas.
- H2.2\_Habilidad o destreza\_Elaborar e interpretar propuestas de forma adecuada utilizando las diferentes metodologías propias de la profesión.
- H3.1\_Habilidad o destreza\_Aplicar las tecnologías digitales al ámbito de la comunicación digital.
- H3.2\_Habilidad o destreza\_Analizar y desarrollar productos audiovisuales digitales.
- H6.1\_Habilidad o destreza\_Analizar las necesidades de innovación del mercado comunicativo.
- H6.2\_Habilidad o destreza\_Developar las estrategias adecuadas para el emprendimiento y la innovación en publicidad y las relaciones públicas.
- CT2.1\_Compentencia transversal, valor o actitud\_Developar una alta capacidad de liderazgo y resolución de problemas, con capacidad para ofrecer soluciones creativas en situaciones complejas.
- CT3.1\_Compentencia transversal, valor o actitud\_Developar la capacidad de liderazgo y toma de decisiones en el entorno digital desde una actitud responsable.

- CT6.1\_Compетенca transversal, valor o actitud\_Desarrollar la capacidad de liderazgo y toma de decisiones de emprendimiento e innovación, desde una actitud ética.