

**FITXA IDENTIFICATIVA****Dades de l'Assignatura**

Codi	42148
Nom	Comunicació de màrqueting internacional
Cicle	Màster
Crèdits ECTS	7.5
Curs acadèmic	2023 - 2024

Titulació/titulacions

Titulació	Centre	Curs	Període
2069 - M.U. Gestió de Negocis Internacionals 09-V.1	Facultat d'Economia	1	Segon quadrimestre

Matèries

Titulació	Matèria	Caràcter
2069 - M.U. Gestió de Negocis Internacionals 09-V.1	8 - Comunicació de màrqueting internacional	Optativa

Coordinació

Nom	Departament
BIGNE ALCAÑIZ, JOSE ENRIQUE	43 - Comercialització i Investigació de Mercats

RESUM

La planificació, gestió, avaluació i utilització de la publicitat, promoció de vendes i altres tècniques relacionades des d'una perspectiva internacional.

CONEIXEMENTS PREVIS**Relació amb altres assignatures de la mateixa titulació**

No heu especificat les restriccions de matrícula amb altres assignatures del pla d'estudis.



Altres tipus de requisits

COMPETÈNCIES

2069 - M.U. Gestió de Negocis Internacionals 09-V.1

- To learn communications concepts such as signs, field of experience or meaning and then learn to communicate
- To learn strengths and weaknesses of communication tools
- To be able to manage and plan integrated marketing communication campaigns
- To be able to increase brand equity using marketing communications
- To be able to apply theoretical knowledge to practical problems
- To equip students with tools to analyze and synthesize communication papers or reports to assist them in communication decision making and planning
- To be able to integrate legal, normative and ethical considerations into discussion of advertising or communication topics
- To learn to perform communication roles: marketing manager vs communication agency staff
- To be able to write and present a marketing communications campaign
- To equip students with the ability to work in groups
- To equip students with the ability towards individual and on-going learning

RESULTATS DE L'APRENENTATGE

Conèixer i manejar les fortaleeses i debilitats de les eines de comunicació.

Analitzar i sintetitzar informes o articles sobre comunicació, d'utilitat per a la presa de decisions i la planificació de la comunicació.

Gestionar i planificar campanyes de comunicació i màrqueting integrat.

Ser capaç d'incrementar el valor de marca mitjançant l'ús de les comunicacions de màrqueting.

Aplicar coneixement teòric a la resolució de problemes.

Ser capaç de discutir aspectes legals, normatius i ètics en temes relatius a la publicitat i la comunicació.

DESCRIPCIÓ DE CONTINGUTS



1.

2.

3.

4.

5.

VOLUM DE TREBALL

ACTIVITAT	Hores	% Presencial
Classes de teoria	33,00	100
Pràctiques en aula	22,50	100
Seminaris	9,00	100
Tutories reglades	7,50	100
Elaboració de treballs en grup	20,25	0
Elaboració de treballs individuals	20,25	0
Estudi i treball autònom	75,00	0
TOTAL	187,50	

METODOLOGIA DOCENT

L'experiència d'aprenentatge consistirà en: Classes magistrals i tutories, on es presentés i expliqués la teoria, models i tècniques.

Seminaris, per desenvolupar i discutir les campanyes de comunicació, estudis de casos i informes de comunicació

Tutories grupals per desenvolupar pas a pas una campanya de Comunicació Integrada de Màrqueting (CIM). Els estudiants hauran de discutir i informar sobre les seves campanyes de CIM aplicant els continguts teòrics. Lectures, recerca d'informació, informes escrits i presentacions orals



AVALUACIÓ

Proves d'avaluació escrita i / o oral, que consisteixen en qüestions teòriques, pràctiques o de resolució de problemes.

Participació en casos o exercicis de discussió i resolució d'activitats a l'aula, demostrant la implicació de l'alumne.

Presentació oral escrita i / o activitats pràctiques com a casos d'estudi, exercicis o preguntes, desenvolupades individualment i / o en grup

REFERÈNCIES

Bàsiques

- T. A. Shimp (2003): Advertising, Promotion, and Other Aspects of Integrated Marketing Communications. Seventh edition. Thomson South-Western.

P. De Pelsmacker; M. Geuens and Van den Bergh. (2004): Marketing Communications. An European Perspective. Second edition. Prentice Hall.