

Módulo III. Ejecución

Materia 2. Herramientas persuasivas (2 ECTS OB)

| | | ASIGNATURAS | | |
|--------------|---|------------------|-------------------------|------------------|
| | | Identidad Visual | Criterios Publicitarios | Marketing online |
| COMPETENCIAS | | | | |
| CB6 | Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación | | X | X |
| CB7 | Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio | X | | X |
| CB9 | Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades | | X | X |
| CB10 | Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo. | | | X |
| CG2 | Poseer habilidades directivas y de planificación. | X | X | X |
| CG5 | Generar ideas creativas e innovadoras, orientadas a la resolución de problemas de comunicación. | X | X | X |
| CG7 | Realizar presentaciones eficaces, atendiendo a la diversidad de públicos. | X | X | X |
| CE8 | Aplicar el registro propio de la comunicación política y corporativa en la expresión escrita. | X | X | X |
| CE9 | Implementar de forma innovadora los avances de la tecnología y nuevos medios para la planificación y ejecución de campañas comunicativas integrales, considerando los diferentes públicos, soportes y contextos. | X | | X |
| CE13 | Distinguir la estructura de los medios y de los mercados de la comunicación política y corporativa, considerando un enfoque internacional. | | X | X |
| CE14 | Conocer el funcionamiento de las administraciones y gobiernos y del entorno empresarial, así como las técnicas para establecer relaciones orientadas a influir en las decisiones políticas. | X | | X |

CONTENIDOS DE LA MATERIA

- 1.- Identidad visual y marcas.
- 2.- Criterios creativos.
- 3.- Campañas publicitarias: creatividad, alcance, efectividad, etc.
- 4.- Nuevos medios en el ámbito del marketing.