

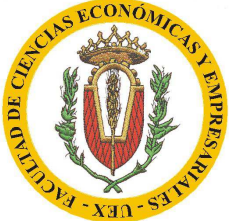
	PROCEDIMIENTO DE COORDINACIÓN DE LA DOCENCIA		
	EDICIÓN: 2ª	CÓDIGO: PCD_D002	

PLAN DOCENTE DE LA ASIGNATURA

Curso académico 2015-2016

Identificación y características de la asignatura			
Código		Créditos ECTS	6
Denominación (español)	Estrategia Publicitaria		
Denominación (inglés)	<i>Advertising Strategy</i>		
Titulaciones	ADE (2 grupos)		
Centro	Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales		
Semestre	7º	Carácter	Optativa
Módulo	Optativo		
Materia	Dirección de Empresas		
Profesor/es			
Nombre	Despacho	Correo-e	Página web
Ma del Mar García Galán	84	margalan@unex.es	http://mercado.unex.es/
Área de conocimiento	Organización de Empresas		
Departamento	Dirección de Empresas y Sociología		
Profesor coordinador (si hay más de uno)			
Competencias*			
Competencias Básicas y Generales			
CG1: Capacidad para identificar y anticipar problemas empresariales relevantes, en el ámbito privado y/o en el público.			
CG2: Capacidad para aportar racionalidad al análisis y a la descripción de cualquier aspecto de la realidad empresarial.			
CG3: Capacidad para aplicar al análisis de los problemas empresariales criterios profesionales basados en el manejo de instrumentos técnicos.			
CG4: Capacidad para el diseño, gestión y redacción de proyectos de carácter empresarial y para emitir informes de asesoramiento sobre situaciones concretas de la empresa.			
CG5: Capacidad para integrarse en la gestión empresarial.			

* Los apartados relativos a competencias, breve descripción del contenido, actividades formativas, metodologías docentes, resultados de aprendizaje y sistemas de evaluación deben ajustarse a lo recogido en la memoria verificada del título.

	PROCEDIMIENTO DE COORDINACIÓN DE LA DOCENCIA		
	EDICIÓN: 2ª	CÓDIGO: PCD_D002	

CB1: Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio

CB2: Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.

CB3: Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.

CB4: Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

CB5: Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

Competencias Transversales

CT1: Capacidad de gestión, análisis y síntesis.

CT3: Comunicación oral y escrita en la lengua nativa.

CT4: Comunicación oral y escrita de una lengua extranjera

CT5: Conocimientos de informática y dominio de las TIC relativos al ámbito de estudio

CT6: Habilidad para analizar y buscar información proveniente de fuentes diversas

CT7: Capacidad para la resolución de problemas

CT8: Capacidad de tomar decisiones.

CT9: Capacidad para trabajar en equipo.

CT10: Trabajo en un equipo de carácter interdisciplinar

CT11: Trabajo en un contexto internacional

CT12: Habilidad en las relaciones personales

CT13: Capacidad para trabajar en entornos diversos y multiculturales

CT14: Capacidad crítica y autocrítica

CT15: Compromiso ético en el trabajo

CT16: Trabajar en entornos de presión

CT17: Capacidad de aprendizaje autónomo

CT18: Capacidad de adaptación a nuevas situaciones

CT19: Creatividad

CT20: Liderazgo

CT21: Iniciativa y espíritu emprendedor


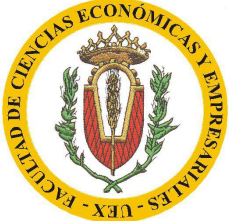
CT22: Motivación y compromiso por la calidad

CT23: Sensibilidad hacia temas medioambientales y sociales

Contenidos

Breve descripción del contenido*

Esta asignatura estudia la publicidad dentro de la empresa y en particular, dentro de la actividad de marketing y del mix de comunicación. Para ello, se hace una introducción a la comunicación comercial (tema 1), se describe la publicidad como una variable del

	PROCEDIMIENTO DE COORDINACIÓN DE LA DOCENCIA		
	EDICIÓN: 2ª	CÓDIGO: PCD_D002	

mix de comunicación (tema 2), se estudia la planificación estratégica publicitaria (tema 3), se aborda con detalle en qué consiste el brief, el briefing y el copy strategy (tema 4), se analiza tanto la estrategia creativa (tema 5) como la estrategia de medios (tema 6), para finalmente, conocer las limitaciones que impone la actual regulación publicitaria (tema 7).

Temario de la asignatura

Denominación del tema 1: La comunicación comercial

Contenidos del tema 1:

- 1.1 Concepto de comunicación. Comunicación, marketing y empresa
- 1.2 Proceso de la comunicación
- 1.3 Tipos de comunicación
- 1.4 Los instrumentos de la comunicación
- 1.5 Planificación de la comunicación comercial

Denominación del tema 2: La publicidad

Contenidos del tema 2:

- 2.1 Concepto de publicidad
- 2.2 Tipos de comunicación publicitaria
- 2.3 Objetivos de la publicidad
- 2.4 La publicidad dentro del mix de comunicación

Denominación del tema 3: Planificación estratégica publicitaria

Contenidos del tema 3:

- 3.1 La estrategia publicitaria dentro de la estrategia de la empresa
- 3.2 Fases de la planificación estratégica publicitaria

Denominación del tema 4: *Brief, briefing y copy strategy*

Contenidos del tema 4:

- 4.1 *Brief*
- 4.2 *Briefing*
- 4.3 *Copy strategy*

Denominación del tema 5: Estrategia creativa


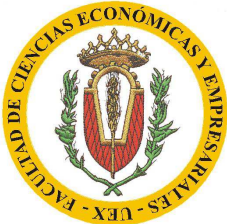
Contenidos del tema 5:

- 5.1 Introducción
- 5.2 Estrategia de contenido
- 5.3 Estrategia de codificación
- 5.4 Géneros publicitarios
- 5.5 Estilos publicitarios


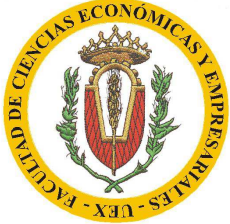
Denominación del tema 6: Estrategia de medios

Contenidos del tema 6:

- 6.1 Introducción
- 6.2 Medios impresos
- 6.3 Medios sonoros
- 6.4 Medios audiovisuales
- 6.5 Exterior
- 6.6 Estrategia de medios
 - 6.6.1 *Briefing* de medios
 - 6.6.2 Planificación de medios

	PROCEDIMIENTO DE COORDINACIÓN DE LA DOCENCIA		
	EDICIÓN: 2ª	CÓDIGO: PCD_D002	

6.6.3 Evaluación de medios					
Denominación del tema 7: Regulación publicitaria					
Contenidos del tema 7: Regulación publicitaria					
Actividades formativas*					
Horas de trabajo del alumno por tema		Presencial		Actividad de seguimiento	No presencial
Tema	Total	GG	SL	TP	EP
1. Teoría	19	6			13
1. Práctica	2	2			
2. Teoría	19	6			13
2. Práctica	2.25	2.25			
3. Teoría	18	5			13
3. Práctica	2	2			
4. Teoría	20	7			13
4. Práctica	3	3			
5. Teoría	21.25	7.25			14
5. Práctica	3	3			
6. Teoría	21.5	7.5			14
6. Práctica	3	3			
7. Teoría	12	2			10
7. Práctica	2	2			
Evaluación del conjunto	2	2			
TOTAL	150	60			90
GG: Grupo Grande (100 estudiantes). SL: Seminario/Laboratorio (prácticas clínicas hospitalarias = 7 estudiantes; prácticas laboratorio o campo = 15; prácticas sala ordenador o laboratorio de idiomas = 30, clases problemas o seminarios o casos prácticos = 40). TP: Tutorías Programadas (seguimiento docente, tipo tutorías ECTS). EP: Estudio personal, trabajos individuales o en grupo, y lectura de bibliografía.					
Metodologías docentes*					
1. Método expositivo que consiste en la presentación por parte del profesor de los contenidos sobre la materia objeto de estudio. También incluye la resolución de problemas ejemplo por parte del profesor. 2. Método basado en el planteamiento de problemas por parte del profesor y la resolución de los mismos en el aula. Los estudiantes de forma colaborativa desarrollan e interpretan soluciones adecuadas a partir de la aplicación de procedimientos de resolución de problemas. 3. Estudio de casos; proyectos y experimentos. Análisis intensivo y completo de un caso real, proyecto, simulación o experimento con la finalidad de conocerlo, interpretarlo, resolverlo, generar hipótesis, contrastar datos, reflexionar, completar conocimientos, diagnosticarlo y, a veces, entrenarse en los posibles procedimientos					

	PROCEDIMIENTO DE COORDINACIÓN DE LA DOCENCIA		
	EDICIÓN: 2ª	CÓDIGO: PCD_D002	

alternativos de solución.

5. Situación de aprendizaje/evaluación en la que el alumno realiza alguna prueba que sirve para reforzar su aprendizaje y como herramienta de evaluación.

Resultados de aprendizaje*

El alumno adquirirá una especialización que le permitirá desarrollar una carrera profesional futura con autonomía y capacidad.

Sistemas de evaluación*


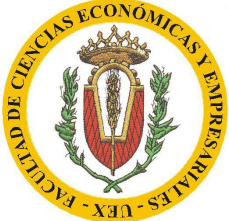
Para aprobar la asignatura, el alumno deberá superar una prueba escrita tipo test, en la que se evaluarán los conocimientos teórico-prácticos y las habilidades adquiridas, así como la comprensión de los temas expuestos en clase y del material complementario. Esta prueba estará formada por preguntas tipo test de discriminación. Para superar esta prueba el alumno deberá obtener al menos la mitad de los puntos netos asignados a la totalidad del examen. Puntuación de 0 a 8 puntos.

Formará parte del **contenido de la asignatura**, y, por tanto, estará sujeto a evaluación, toda lectura, actividad, caso, material audiovisual, página web, trabajo o comentarios realizado por el profesor en el aula.

De forma obligatoria, el alumno deberá realizar una serie de **actividades complementarias** (casos, lecturas, comentarios del material audiovisual,...) que se desarrollarán en el aula. La asistencia a las clases prácticas será valorada en la nota que corresponde a las mismas. En relación a las actividades a entregar por los alumnos:

1. El plagio total o parcial (de fuentes telemáticas, o de trabajos de otros alumnos, cursos, asignaturas o universidades) en el contenido de las actividades anulará todas las actividades que el alumno entregue e implicará el inicio de las medidas oportunas dentro del marco reglamentario establecido por la Universidad de Extremadura. En este sentido, es igualmente grave la difusión de trabajos propios o ajenos del presente curso o de cursos anteriores y de exámenes de la asignatura por canales físicos, como reprografías, o por canales virtuales como páginas web, blogs, redes sociales, correo electrónico y otros similares.
2. Es imprescindible cuidar convenientemente el estilo, la gramática y la ortografía de los trabajos. Una mala redacción o un número superior a cinco faltas ortográficas anularán la validez de la actividad.
3. No está permitido enviar los trabajos al correo electrónico del profesor. Por eso, todas aquellas personas que no utilicen los cauces permitidos (aula virtual) no serán calificadas. En este sentido, el mal funcionamiento del campus virtual no excusará de la entrega en los plazos fijados, por lo que no se recomienda que se suban las actividades en un plazo temporal próximo a la fecha límite establecida.
4. Las calificaciones de las actividades complementarias se mantendrán exclusivamente en las convocatorias del presente curso académico.

Estas actividades prácticas, tendrán una valoración máxima de 2 puntos que serán

	PROCEDIMIENTO DE COORDINACIÓN DE LA DOCENCIA		
	EDICIÓN: 2ª	CÓDIGO: PCD_D002	

sumados a la nota de la prueba escrita, siempre que se obtengan al menos 4 puntos en la misma. Para superar la asignatura el alumno debe tener al menos un 5 entre la puntuación del examen y la puntuación de las actividades complementarias.

Dado que la vida universitaria debe entenderse como una preparación para el mundo laboral, se exigirá el mismo comportamiento y disciplina que en un centro de trabajo, en especial en lo que se refiere al respeto al profesor y a las opiniones de los compañeros, orden y puntualidad en clase. En este sentido, queda expresamente prohibida la utilización por parte del alumnado de móviles, portátiles, tabletas, *netbooks*, videocámaras, cámaras fotográficas o similares dentro del aula. La infracción de alguno de estos aspectos será motivo de expulsión inmediata del aula. De igual forma, podrán ser expulsados aquellos alumnos que no respeten las reglas de educación y/o provoquen interferencias en el desarrollo de las clases. La reincidencia en este tipo de conductas puede motivar la denuncia a la Comisión de Convivencia. En este sentido, será aplicada la "*Normativa básica de convivencia*" aprobada en Junta de Facultad, y accesible en: <http://bit.ly/1mdtt1r>.

A la hora de realizar el examen, sólo se permitirán las herramientas de escritura. En este sentido, queda expresamente prohibida la entrada de materiales didácticos, videocámaras, cámaras de fotografía, móviles, tabletas, *netbooks*, portátiles u otro tipo de sistemas que permitan la comunicación con el exterior. Si en algún momento del desarrollo del mismo se detectara su posesión, utilización, o la interacción con otro participante de la prueba, el alumno será objeto de expulsión inmediata. Además, el alumno deberá presentarse al examen debidamente identificado, con el D.N.I., pasaporte o documento de identificación correspondiente. Todos los exámenes deberán ser entregados a la finalización de la prueba y, bajo ninguna circunstancia, se podrán sacar fuera del aula. Queda expresamente prohibida la difusión física o virtual de los exámenes y, de ser detectada esta actividad, podrá dar lugar a la anulación de la calificación obtenida en el mismo y de las convocatorias del presente curso académico, así como al inicio de las medidas disciplinarias oportunas dentro del marco reglamentario establecido por la Universidad de Extremadura.


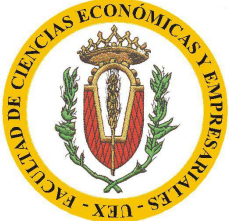
En resumen:

- Prueba escrita (test teórico-práctico): máximo 8 puntos.
- Prácticas: máximo 2 puntos

Bibliografía (básica y complementaria)

Bibliografía básica:

- DÍEZ DE CASTRO, E. Y MARTÍN, E. (1993): Planificación Publicitaria. Ed. Pirámide
- GARCÍA UCEDA, M. (2000): Las claves de la publicidad. Esic. Madrid.
- REINARES, P. Y CALVO, S. (1999): Gestión de la comunicación comercial. McGraw-Hill, Madrid.
- RODRÍGUEZ DEL BOSQUE, I.; DE LA BALLINA, J.; SANTOS, L. (1998): Comunicación comercial. Conceptos y aplicaciones. 2ª edición, Civitas, Madrid.
- TELLIS. G.J. (2001): Estrategias de publicidad y promoción. Addison Wesley. Madrid.

	PROCEDIMIENTO DE COORDINACIÓN DE LA DOCENCIA		
	EDICIÓN: 2ª	CÓDIGO: PCD_D002	

Bibliografía complementaria:

- BEERLI, A. Y MARTÍN, J.D. (1999): Técnicas de medición de la eficacia publicitaria. Ariel Economía. Madrid.
- DÍEZ DE CASTRO, E.; MARTÍN, E. Y SÁNCHEZ, M. (2002): Comunicaciones de marketing. Planificación y control. Pirámide. Madrid.
- GONZÁLEZ LOBO, M.A. (1994): Curso de publicidad. Celeste Ediciones, S.A.
- GONZÁLEZ LOBO, M.A. Y CARRERO LÓPEZ, E. (1999): Manual de planificación de medios. Esic.
- JOANNIS, H. (1989): El proceso de creación publicitaria. Planteamiento, concepción y realización de los mensajes. Ed. Deusto
- KOTLER, P. Y ARMSTRONG, G. (2010): Introducción al marketing, Prentice Hall. Madrid.
- LORENTE, J. (1986): Casi todo lo que sé de publicidad. Ed. Folio
- OGILVY, D. (1999): Ogilvy & La Publicidad. Ed. Folio
- ORTEGA, E. (1999): La comunicación publicitaria. Pirámide. Madrid.
- SANTESMASES, M. (2007): Marketing. Conceptos y estrategias. Pirámide. Madrid.

Otros recursos y materiales docentes complementarios

Enlaces de interés:

<http://www.puromarketing.com/>
<http://comunicacioncreativa.com.es/>
<https://pildorasdecomunicacion.wordpress.com/>
<http://www.elhombreanuncio.com/>

Horario de tutorías

Tutorías de libre acceso: Se publicarán al inicio del curso en la página web de la Facultad.

Recomendaciones

Se pondrá a disposición del alumnado una serie de materiales docentes (transparencias, casos, lecturas, etc.). Estos materiales deben ser llevados al aula para el correcto seguimiento de las clases presenciales. En relación a las transparencias, éstas representan únicamente el esquema de la asignatura, por lo que tendrán que ser completadas con las anotaciones realizadas en el aula o con la bibliografía recomendada.