

Llicenciatura de Publicitat i Relacions Públiques

Curs: 1995/96

Assignatura: Subjectes de l'Activitat Publicitària

4t curs, 1r semestre

Codi: 20679 (T), 5 crèdits (3 + 2)

Professor: Francisco Gozávez Serrano

Programa

1. Subjecte de dret i persona
Els drets de la personalitat
La persona jurídica i les seves classes
2. Subjectes que intervenen en el procés de la comunicació publicitària: concepte legal d'anunciant, agència, mitjà i destinataris de la publicitat
3. L'anunciant com a usuari de la publicitat
L'anunciant públic i l'anunciant privat
4. Els professionals de la instrumentació del missatge publicitari: els professionals independents (*free lance*) i les empreses de publicitat i la seva tipologia
5. L'agència de publicitat de servei complet: concepte, funcions i organització
La gestió econòmico-financera de l'agència
6. Les empreses de distribució massiva de publicitat (les agències de publicitat de distribució a mitjans i les centrals de compra de mitjans): concepte, funcions i organització
Les empreses de distribució selectiva de publicitat (les empreses de publicitat directa i de màrqueting directe): concepte, funcions i organització
La gestió econòmica de les empreses de distribució publicitària
7. Els difusors del missatge publicitari: els mitjans d'informació i els mitjans publicitaris
Els grups multimèdia i la comercialització de l'espai/temps publicitari
8. Les empreses d'exclusives de mitjans: concepte, funcions i organització, aspectes econòmico-financers de la seva gestió
9. Concepte i mitjans de publicitat exterior, la seva regulació jurídica
Les empreses de publicitat exterior
10. Les empreses de control publicitari: el control de mitjans i el control de difusió
11. Els destinataris de la publicitat: públic objectiu i receptor publicitari
Els consumidors i les associacions de consumidors
12. Les persones jurídiques de l'entorn publicitari: les organitzacions tripartides de subjectes publicitaris
Les associacions de professionals de la publicitat a Espanya

Bibliografia general

- ACOSTA ESTÉVEZ, J.B. *La protección de los consumidores en la Comunidad europea*. Barcelona: PPU, 1990.
- BERCOVITZ, R. (coord.) *et al. Comentarios a la Ley general para la defensa de los consumidores y usuarios*. Madrid: Civitas, 1992.
- BIRD, D. *Commonsense Direct Marketing*. Londres: The Printed Shop, 1982.
- BRONDONI, S. *Le agenzie di pubblicità, evoluzione e problemi di gestione*. Milà: Giuffrè Editorial, 1978.
- "El nuevo derecho de la publicidad". *DIRECTIVA. Revista Jurídica de Estudios Monográficos*, núm. 2. Barcelona: PPU, 1990.
- LACRUZ BERDEJO, J.L. *et al. Elementos de derecho civil. Parte general*. Barcelona: Bosch.
- SÁNCHEZ GUZMÁN, J.R. *Teoría general del sistema publicitario*. Madrid: Forja, 1981.
- SANTAELLA LÓPEZ, M. *El nuevo derecho de la publicidad*. Madrid: Civitas, 1989.
- SANTAELLA LÓPEZ, M. *El concepto de publicidad exterior en el derecho español*. Madrid: INP, Serie Temas Jurídicos, 1989.

Objectius

Donar a conèixer als alumnes els protagonistes de l'activitat publicitària, ja siguin **subjectes actius** que intervenen en la comunicació publicitària

- com a usuaris-anunciants, que necessiten l'activitat publicitària com a instrument de promoció dels seus productes o serveis, o
- com a agències instrumentadores dels múltiples serveis publicitaris que els anunciants necessiten, o
- com a mitjans-suports difusors dels missatges publicitaris o
- com a receptors d'aquests,

o es tracti de **subjectes no actius**; és a dir, que no intervenen en la comunicació publicitària (associacions de consumidors, associacions de professionals de la publicitat o organitzacions tripartides d'anunciants, agències i mitjans).

L'activitat publicitària és possible perquè entre uns subjectes i uns altres s'estableixen relacions múltiples, moltes de les quals necessiten una regulació jurídica especial, unes normes específiques –la normativa de la publicitat. Per a conèixer-les i comprendre-les és necessari i indispensable l'estudi dels subjectes de l'activitat publicitària.

Avaluació

El contingut teòric de la matèria, la seva novetat i dificultat aconsellen evitar un únic examen final, per la qual cosa es preveu fer-ne una divisió en dos exàmens parcials. El primer serà alliberador i permetrà a l'alumne demostrar els seus coneixements sense l'acumulació de tota la matèria al final del període lectiu. El segon dels exàmens es farà en la data prevista per a l'examen final.