

LICENCIATURA DE PUBLICIDAD Y DE RELACIONES PUBLICAS

CURSO: 1999 - 2000

ASIGNATURA: ESTRUCTURA DE LA ACTIVIDAD PUBLICITARIA

4º CURSO. 1er. SEMESTRE

CODIGO: 20673 (OB) 5c (3+2)

PROFESOR: FRANCISCO GOZALVEZ SERRANO

ESTRUCTURA DE LA ACTIVIDAD PUBLICITARIA

TEMA 1

Actividad Publicitaria: concepto y estructura.

TEMA 2

La Industria Española de la Publicidad y su Mercado.

TEMA 3

La demanda publicitaria: concepto y categorías. Análisis de la estructura española de la demanda publicitaria.

TEMA 4

La oferta de publicidad: concepto y clases. Análisis de la oferta publicitaria española y catalana.

TEMA 5

La institucionalización de la actividad publicitaria en el mundo: antecedentes remotos franceses y anglosajones.

TEMA 6

La moderna estructura empresarial de la publicidad en el mundo: del agente de prensa a la agencia de servicio completo.

TEMA 7

La estructura empresarial de la actividad publicitaria en España y Catalunya: su evolución y configuración actual.

TEMA 8

La estructura profesional de la actividad publicitaria española.

TEMA 9

Las organizaciones profesionales de la publicidad en España y Catalunya.

TEMA 10

Las organizaciones tripartitas de la publicidad: Autocontrol de la Publicidad, OJD, ECM, etc.

TEMA 11

La estructura jurídico-administrativa de la actividad publicitaria en España y Catalunya:

TEMA 12

Estructura científica de la publicidad española.

BIBLIOGRAFIA

ADORNO, T.W. - La production industrielle de biens culturels.
Editorial Gallimard.
Paris, 1.974.

CHANON, F. Derek - The service industries.
The Mac Millan Press Ltd.
Hong Kong, 1.978.

DAVIS, R. Kenneth - The Advertisin Industry: Agency Services,
Workin Relationships, Compensation Methods.
Association of National Advertisers, Inc.
U.S.A., 1.958.

ELLIOT, Blauche B. - A History of English Advertising.
Editorial Business Publications Limited and Association with B.T.
Batsford Limited.
London, 1.972.

GARDNER, Herbert S. - The Advertising Agency Business.
NIC Business Books
Chicago, 1.989.

GREENBERG, Jan - Advertising Careers.
Henry Holt and Company
New York, 1.987.

HORKHEIMER, M - La industria cultural.
(Incluido en el libro Industria cultural y Sociedad de Masas)
Monte Avila Editores
Caracas, 1.969.

INFOADEX - Estudio de la Inversión Publicitaria en España - 1.995
Infoadex S.A.
Madrid, 1.995

LIRIA, Eduardo - Las relaciones anunciante-agencia.
Ediciones Folio S.A.
Barcelona, 1994.

MERTON, Robert.- Industria Cultural y Sociedad de Masas
Monte Avila Editores
Caracas, 1969

PEREZ RUIZ, M.A.- Fundamentos de las Estructuras de la Publicidad
Sintesis
Madrid 1.969

SANCHEZ GUZMAN, J.R.- Teoría General del Sistema Publicitario
Editorial Forja
Madrid, 1.981

TURNER, E.S.- The Shocking History of Advertising.
peguin book
London, 1.962 - 1.965

OBJETIVO DE LA ASIGNATURA

El estudio de la estructura de la actividad publicitaria, entendida ésta última no como conjunto de actos cuyo objeto final es el cumplimiento de la comunicación publicitaria de un determinado anunciante, sino como conjunto o sistema constitutivo de una auténtica industria, la industria de la publicidad, cuyos productos (los servicios publicitarios) se comercializan en el mercado propio de la comunicación publicitaria.

La estructura de esta industria se analiza:

- a través de sus elementos constitutivos y de su disposición en el todo.
- como conjunto de interrelaciones entre el sistema y sus elementos.
- como conjunto de leyes, organismos y fuerzas sociales, políticas y económicas que la configuran y enmarcan.

Se trata pues de una visión poliédrica de la estructura de la actividad publicitaria, a través de la contemplación de sus infra-estructuras (empresariales, profesionales, administrativas, jurídicas, económicas, etc.) constitutivas de una compleja red orientada a asegurar su permanencia temporal y su estabilidad social.

EVALUACION

El objetivo de esta materia y la metodología prevista para facilitar el acceso a su conocimiento (explicaciones de clase, investigaciones personales y contactos con directivos de instituciones publicitarias) permitirán una evaluación continua por medio de test y trabajos sobre diferentes aspectos del contenido del programa. Evaluación que se complementará con un examen parcial liberatorio y otro final.


Fdo. Dmparo Huertas
Directora Departamento