

## ESTRUCTURA DE L'ACTIVITAT PUBLICITÀRIA A ESP. I CAT.

### Fitxa de l'assignatura

#### Identificació

1. Nom de l'assignatura **Estructura de l'Activitat Publicitària a Espanya i Catalunya**
2. Àrea **CAP** Titulació **Publicitat i Relacions Públiques**
3. Tipus *Troncal* *Obligatòria* **X** *Optativa*
2. Crèdits (ECTS) **2**
3. **Codi 20673**

#### Descripció

Finalitats / propòsits de la formació: Estudi de l'estructura de l'activitat publicitària entesa no només com a un conjunt d'actes encaminats a la promoció de productes o serveis, sinó també, i preferentment, com un sistema constitutiu d'una indústria, la publicitària, els productes o serveis de la qual es comercialitzen en un mercat propi, el de la publicitat.

1. Mòduls, blocs, temes o apartats:
  1. Activitat publicitària: concepte i estructura.
  2. La indústria espanyola de la publicitat i el seu mercat.
  3. La demanda publicitària: concepte i categories. Anàlisi de l'estructura espanyola de la demanda publicitària.
  4. L'oferta de publicitat: concepte i classes. Anàlisi de la oferta publicitària espanyola i catalana.
  5. La institucionalització de l'activitat publicitària en el món: antecedents remots francesos i anglosaxons.
  6. La moderna estructura empresarial de l'activitat publicitària en el món.
  7. L'estructura empresarial de l'activitat publicitària a Espanya i Catalunya: la seva evolució i configuració actual.
  8. L'estructura professional de l'activitat publicitària espanyola.
  9. Les organitzacions professionals de la publicitat a Espanya i Catalunya.
  10. Les organitzacions tripartites de la publicitat: Autocontrol de la Publicidad, OJD, EGM,...
  11. L'estructura jurídic-administrativa de l'activitat publicitària a Espanya i Catalunya.
  12. Estructura científica de la publicitat espanyola.

## 2. Bibliografia comentada:

Adorno, T. W., *La production industrielle des biens culturels*. Editorial Gallimard, Paris, 1974.

Chanon, F. Derek, *The service industries*. The Mac Millan Press Ltd., Hong Kong, 1978.

Davis, R. Kenneth, *The advertising industry: agency services, workin relationships, compensation methods*. Association of National Advertisers, Inc. U.S.A., 1958.

Elliot, Blauche, B, *A history of English advertising*. Editorial Business Publications Limited and Association with B.T. Batsfor Limited, London, 1972.

Gardner, Herbert, S, *The advertising agency business*. C Business Books, Chicago, 1989.

Greenberg, Jan, *Advertising careers*. Henry holt and Company, New York, 1987.

Horkheimer, M, *La industria cultural* (inclòs en el llibre *Industria cultural y sociedad de masas*). Monte Avila Editores, Caracas, 1969.

Infoadex, *Estudio de la inversión publicitaria en España – 2001*. Infoadex S.A. Madrid, 2002.

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*. Síntesis, Madrid, 1969.

Sanchez Guzman, J.R., *Teoria General del sistema publicitario*. Editorial Forja, Madrid, 1981.

Turner, E.S., *The Shocking History of Advertising*. Peguin Book, London, 1962-1965.

## 3. Referències per estructurar el treball de l'alumne: Preferentment seguir les explicacions de classe.

## 4. Competències a desenvolupar

Competència	Indicador específic de la competència
Sistèmica	Coneixement històric: com es va crear al llarg del temps l'estructura publicitària i com és la realitat actual.
Científica	Conèixer els elements constitutius de la indústria publicitària i de la seva disposició en el tot.

Sistèmica Valors morals	Conèixer el conjunt de lleis, organismes i forces socials, polítiques i econòmiques que configuren i emmarquen la indústria publicitària.
----------------------------	---

### **Avaluació**

Bloc/Apartat/tema	Pes	Descripció
Avaluació contínua.	10%	Coneixement de les explicacions de classe, investigacions personals i contactes amb directius d'institucions publicitàries.
Examen parcial alliberador de matèria.	50%	Coneixement teòric.
Examen final.	40%	Coneixement teòric.



## Fitxa d'activitat docent

### 1. Informació respecte l'assignatura

- Títol **Estructura de l'Activitat Publicitària a Espanya i Catalunya** \_\_\_\_\_
- Tema, mòdul o unitat \_\_\_\_\_
- Nom de l'activitat *Teoria* \_\_\_\_\_

### 2. Descripció de l'activitat

Explicació i objectius de l'activitat: Coneixement de l'estructura de l'activitat publicitària com a conjunt d'una indústria, els serveis de la qual es comercialitzen en el mercat propi de la comunicació publicitària.

- Metodologia: *Individual*  *grupal*
1. Tipus de recursos necessaris
    - Documentació  \_\_\_\_\_
    - Multimèdia (Informàtica, audiovisuals) \_\_\_\_\_
    - Sortides de camp \_\_\_\_\_
    - Altres \_\_\_\_\_
  2. Període i dates de presentació: Segons indica el diari de l'assignatura. \_\_\_\_\_
  3. Avaluació: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_ Pes:<sup>1</sup> 90% \_\_\_\_\_

### 3. Distribució de Competències a desenvolupar (de les escollides per desenvolupar a l'assignatura)<sup>2</sup>

- Científiques
- Sistèmiques
- Valors morals

### 4. Objectius en relació a la competència. (en funció dels objectius de l'activitat i les competències seleccionades).

#### Objectius en relació a les competències.

- *Coneixement històric: com es va crear al llarg del temps l'estructura publicitària i com és la realitat actual.*
- *Conèixer els elements constitutius de la indústria publicitària i de la seva disposició en el tot.*
- *Conèixer el conjunt de lleis, organismes i forces socials, polítiques i econòmiques que configuren i emmarquen la indústria publicitària.*

### 5. Indicadors d'observació de les competències. (què observar en l'avaluació de cada competència).

**competència**

**Indicadors o descriptors de la competència**

<sup>1</sup> Pes de l'activitat en el total de l'avaluació de l'assignatura

<sup>2</sup> Es recomana no més de 3 competències per tal de poder-les treballar i avaluar correctament.

<b>Científica</b>	Conèixer els principis bàsics de la publicitat, els seus elements constitutius com a indústria i la seva disposició en el conjunt.
<b>Sistèmica</b>	Desenvolupar una visió socio-històrica i econòmica de la indústria publicitària a Espanya i Catalunya.
<b>Valors morals</b>	Conèixer el conjunt de lleis, organismes, institucions i principis generals de la indústria publicitària.

### 6. Desglossament de les hores requerides per l'activitat<sup>3</sup>

	t. estimat	t. validat
<b>Hores de preparació (professor)</b>		
▪ Buscar o idear la pràctica	2	
▪ Adaptar-la als objectius, seqüenciació i adaptació a l'assignatura	1	
▪ Elaboració de material (dossiers, bibliografia i referències, etc.) pels alumnes i elaboració per el propi docent.	20	
▪ Avaluació	10	
▪ Coordinació entre professors	1	
▪ Altres		
<b>Hores presencials</b>		
▪ Exposició i planificació de l'exercici als alumnes	1	
▪ Classes dirigides	2	
▪ Tutories individual/grupal	2	
▪ Exposició final	3	
▪ Debat / Seminari		
▪ Laboratori		
▪ Altres		
<b>Hores de treball dels alumnes</b>		
▪ Recerca d'informació	5	
▪ Planificació del treball i del grup (si és el cas).		
▪ Estructuració i execució de l'activitat.	7	
▪ Preparar l'avaluació	10	
▪ Autoavaluació		
▪ Elaborar el porfolio o carpeta de l'alumne.		
▪ Altres		
<b>Activitats d'Avaluació</b>		
▪ Tipus d'avaluació (Exposició oral, Treball escrit, Defensa intergrupala)		

### 7. Avaluació vers els objectius establerts: compliment dels objectius marcats amb aquesta activitat.

X    Molt                                  Força                                  Poc                                  Gens

<sup>3</sup> Tipus d'activitats d'aprenentatge: 1)Estudi de la teoria a nivell individual, 2)Estudi de la teoria realitzat en grup, 3)Preparació i resolució dels problemes de l'assignatura, 4)Preparació de les pràctiques i de la documentació associada, 5)Tutories presencials amb el professor, 6)Tutories no presencials (web, e-mail, etc), 7)Cerca de materials, llibres i/o documentació diversa relacionada amb l'assignatura, 8)Realització d'altres treballs proposats pel professor de l'assignatura.

*Observacions generals respecte el funcionament de l'activitat:*

--