

SUBJECTES DE L'ACTIVITAT PUBLICITÀRIA

Fitxa de l'assignatura

Identificació

1. Nom de l'assignatura	Subjectes de l'Activitat Publicitària		
2. Àrea	CAP	Titulació	Publicitat i Relacions Públiques
3. Tipus	<i>Troncal</i>	<i>Obligatòria x</i>	<i>Optativa</i>
4. Crèdits (ECTS)	2		

Descripció

Finalitats / propòsits de la formació :

a. Donar a conèixer als alumnes els protagonistes de l'activitat, siguin subjecte actius que intervenen en la comunicació publicitària:

Com a usuaris: anunciants que necessiten la publicitat com a instrument de promoció dels seus productes o serveis.

Com a agències dels múltiples serveis publicitaris que els anunciants sol·liciten.

Com a mitjans o suports difusors dels missatges publicitaris.

Com a receptors dels missatges.

b. O siguin subjectes no actius, es a dir, que no intervenen en la comunicació publicitària directament:

Com a associacions de consumidors

Com a associacions de professionals de la publicitat

Com a organitzacions entre diversos subjectes.

1. Mòduls, blocs, temes o apartats:

BLOC 1 ESTRUCTURA NUCLEAR PROFESSIONAL

Tema 1 **El Anunciante**

¿Qué es el marketing?

El departamento de marketing.

El departamento de comunicación.

Tema 2 **El Consumidor**

Homo economicus. El comportamiento del consumidor

Necesidades fundamentales. El consumerismo. El consumidor español.

Asociaciones

Tema 3 **La Agencia de Publicidad**

La estructura de la agencia de publicidad.

El proceso de producción "Desde que el cliente solicita el servicio hasta su producción".

El entorno de trabajo y su influencia en la creatividad. Estudio espejo de la Asociaciones

Tema 4 La Agencia de Relaciones Públicas

Macrogrupos de comunicación en España.
Organización de los departamentos de relaciones públicas.
Organización de las empresas de relaciones públicas.
Asociaciones

Tema 5 Las Centrales de Medios

Estructura y organización de las centrales de medios.
Funciones de las centrales de medios.
Ejemplos de empresas exclusivas de medios: Direct Media, Media Planing.
Asociaciones

Tema 6 Los Medios Convencionales

Concepto. Prensa. Radio. Televisión. Cine. Exterior.
Vista paronámica de los Medios en España.
Asociaciones

Tema 7 Los Medios No Convencionales

Marketing directo. Publicidad directa. La publicidad en el lugar de venta. Telemarketing o marketing telefónico. Las ferias y las exposiciones. El patrocinio y la esponsorización. La promoción de ventas. Publicidad en internet.
Asociaciones

BLOC 2. ESTRUCTURA NUCLEAR ACADÈMICA

Tema 8 La investigación

La universidad.
Investigación de mercados
Investigación de medios
Asociaciones

BLOC 3. INFRAESTRUCTURA

Tema 9 Las Empresas de Servicios Auxiliares

BLOC 4 SUPERESTRUCTURA

Tema 10 La Superestructura

Las leyes
La auto-regulación

2. Bibliografia comentada:

KOTLER, PHILIP (): Dirección de Marketing. PEARSON-PRENTICE HALL.
KRIEF, BERNARD (): Estructura y organización del departamanto de marketing. DEUSTO.
MARTIN MARTIN, FERNANDO (): Comunicación en empresas e Instituciones. EDICIONES UNIVERSIDAD DE SALAMANCA.
CASTELLBLANQUE, MARIANO R. (2001): Estructura de la actividad publicitaria. Barcelona: Paidós.

Tesis: DEL RIO PÉREZ, JORGE (2002). El entorno de trabajo en la agencia publicitaria y su influencia en la producción en creatividad. Pamplona: Universidad de Navarra.

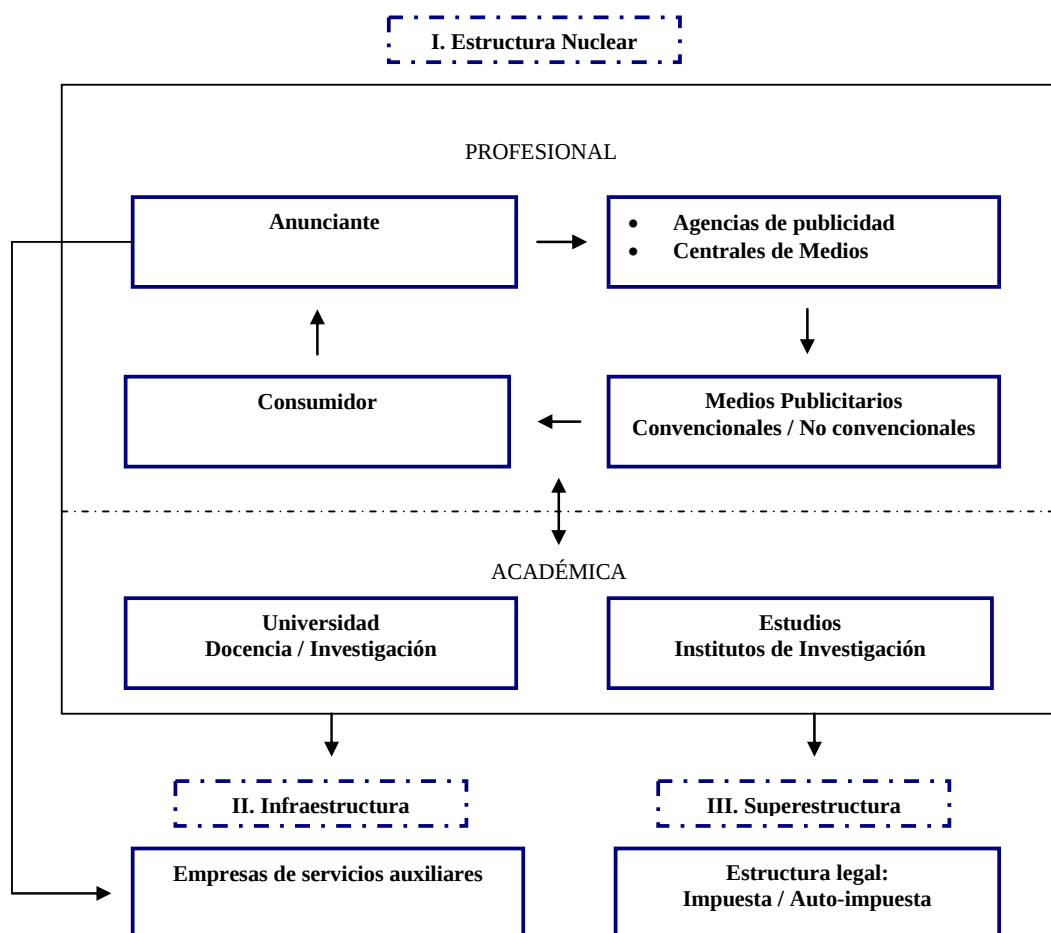
Los Mejores medios publicitarios 2006. Grupo Consultores

PÉREZ DEL CAMPO, ENRIQUE (2002) La comunicación fuera de los medios. Madrid: Esic.

ARCEO VACAS, JOSE LUIS (2004): Las relaciones públicas en España. Madrid: McGraw-Hill.

3. Referències per estructurar el treball de l'alumne

La referència bàsica es resumeix amb el següent esquema:



4. Competències a desenvolupar

Competència	Indicador específic de la competència
Comunicació	Saber fer presentacions en públic Saber persuadir Comunicar conceptes i dades complexes de forma senzilla a través d'esquemes, gràfics, etc.

Competències sistèmiques	37. Comprendre que qualsevol fenomen humà és generat en el temps, per agents, per relacions socials, per necessitats, interessos, per accions racionals, etc. i que és susceptible de tenir una natura reactiva cap als paràmetres presents en el propi context en què es localitza.
Competències sistèmiques	38. Comprendre les implicacions econòmiques en els fenòmens i les relacions entre els diferents parts dels sistemes.
Competències sistèmiques	39. Comprendre les interaccions entre el medi humà i les distintes dimensions: econòmica, social, política, etc. i el medi natural.
Competències sistèmiques	40. Comprendre el funcionament i la gestió l'empresa en la seva finalitat productora de bens i serveis.
Valors morals	42. Donar coherència interna i externa al sentit de les accions pròpies.
Valors morals	43. Adquirir un compromís ètic.
Valors morals	44. Actuar en llibertat i corresponsabilitat, assumint referents ètics, valors i principis consistents.

Avaluació

Bloc/Apartat/tema	Pes	Descripció
Tema 1: El Anunciante	Sense determinar	Proves, exercicis, problemes, de procés Visualització de la pel·lícula "Gracias por fumar" i redacció de les funcions del protagonista, portaveu de la indústria del tabac.
Tema 2: El Consumidor	Sense determinar	Observacions de procés Visita a la cafeteria Starbucks i descriure les seves impressions com a consumidor.
Tema 3: La Agencia de Publicidad	Sense determinar	Valoració final d'informes, treballs, projectes, etc., (individual, o en grup), Redactar, durant els 15 últims minuts de classe, dues o més idees que ES creguin més interessants sobre l'estudi mirall de la Tesis: DEL RIO PÉREZ, JORGE (2002). El entorno de trabajo en la agencia publicitaria y su influencia en la producción en creatividad. Pamplona: Universidad de Navarra.
Tema 4: La Agencia de Relaciones Públicas.	Sense determinar	Sense determinar

Tema 5: Las Centrales de Medios	<i>Sense determinar</i>	Sense determinar
Tema 6: Los Medios Convencionales	<i>Sense determinar</i>	Sense determinar
Tema 7: Los Medios No Convencionales	<i>Sense determinar</i>	Sense determinar
Tema 8: La investigación	<i>Sense determinar</i>	Sense determinar
Tema 9: Las Empresas de Servicios Auxiliares	<i>Sense determinar</i>	Sense determinar
Tema 10: La Superestructura	<i>Sense determinar</i>	Sense determinar

Plantilla de l'assignatura (model de continguts qualitatiu, complementa a la general d'assignatura)

Contingut per blocs temàtics	Competències escollides	Objectius en relació a la competència	Activitats docents (veure fitxes)			Hores destinades		Activitats d'Avaluació (veure descriptor)
			Presencials	Dirigides	Autònomes	Professor	Alumne	

Fitxa d'activitat docent**1. Informació respecte l'assignatura**Títol **Subjectes de l'Activitat Publicitària**_____Tema, mòdul o unitat *Reflexió general sobre l'assignatura*_____Nom de l'activitat *Treball principal de Subjectes de l'activitat publicitària*_____**2. Descripció de l'activitat**Explicació i objectius de l'activitat:

El objetivo de este trabajo es que el alumno expanda su horizonte laboral, sino lo había hecho ya, y analice un sujeto de la actividad publicitaria. Con esta intención, el alumno deberá observar los campos donde puede desarrollar su actividad profesional, escoger uno, y analizarlo. El reto es el siguiente:

- a.** Identificar una “área de interés individual”, en otras palabras, identificar tus motivaciones, ya sean música, deporte, cine, ciencia, investigación, medios de transporte, moda, periodismo, etc. Y por supuesto, la creatividad, los medios, las relaciones públicas, el diseño, el marketing directo etc.
- b.** Investigar que sujetos de la actividad publicitaria están relacionados con la “área de interés individual” escogida. Será necesario mencionar los sujetos y numerarlos.
- c.** Reflexionar sobre porqué ese sujeto de la actividad publicitaria es el escogido.
- d.** Descripción de forma genérica del sujeto de la actividad publicitaria escogido.
- e.** Investigar el organigrama del sujeto.
- f.** Sintetizar la función principal de cada departamento.
- g.** Esquematizar las funciones del departamento donde el alumno puede desarrollar su actividad profesional.

- **Metodologia:** *Individual* ☒ *grup* ☐

1. Tipus de recursos necessaris

- ☐ Documentació: Directoris empresarials_____
- ☐ Multimèdia (Informàtica, audiovisuals)_____
- ☐ Sortides de camp: Sí, investigació d'un subjecte _____
- ☐ Altres _____

2. Període i dates de presentació: durant la segona setmana lectiva de gener

3. Avaluació: en funció de la informació recollida, la síntesis i l'anàlisi del treball

Pes:¹ sense determinar

3. Distribució de Competències a desenvolupar (de les escollides per desenvolupar a l'assignatura)²

- **Competències sistèmiques**

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

Objectius en relació a les competències.

Definir la prioritat dels objectius en funció de les competències seleccionades.

- Desenvolupar una visió professional de la publicitat i de les relacions públiques.

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

competència	Indicadors o descriptors de la competència
Competències sistemàtiques	37. Comprendre que qualsevol fenomen humà és generat en el temps, per agents, per relacions socials, per necessitats, interessos, per accions racionals, etc. i que és susceptible de tenir una natura reactiva cap als paràmetres presents en el propi context en què es localitza. 39. Comprendre les interaccions entre el medi humà i les distintes dimensions: econòmica, social, política, etc. i el medi natural. 40. Comprendre el funcionament i la gestió l'empresa en la seva finalitat productora de bens i serveis.

6. Desglossament de les hores requerides per l'activitat³

Hores de preparació (professor)	t. estimat	t. validat
▪ Buscar o idear la pràctica	2	
▪ Adaptar-la als objectius, seqüenciació i adaptació a l'assignatura	2	
▪ Elaboració de material (dossiers, bibliografia i referències, etc.) pels alumnes i elaboració per el propi docent.	2	
▪ Avaluació	40	
▪ Coordinació entre professors	0	
Hores d'aula		
▪ Exposició i planificació de l'exercici als alumnes	1	
▪ Classes dirigides		
▪ Tutories individual/grupal		
▪ Exposició final	1,5	

¹ Pes de l'activitat en el total de l'avaluació de l'assignatura

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

³ **Crèdits ECTS:** (hores d'aula + hores autònomes / 25 = X ECTS)

▪ Altres (estructuració de l'exposició resum dels treballs)	3	
Hores de treball dels alumnes		
▪ Recerca d'informació	2	
▪ Planificació del treball i del grup (si és el cas).	0	
▪ Estructuració i execució de l'activitat.	5	
▪ Preparar l'avaluació		
▪ Autoavaluació		
▪ Elaborar el portfolio o carpeta de l'alumne.		
Activitats d'Avaluació		
▪ Tipus d'avaluació (Exposició oral, Treball escrit, Defensa intergrup).	3	

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

Molt

x Força

Poc

Gens

Observacions generals respecte el funcionament de l'activitat: