

Sistemas Publicitarios Contemporáneos

Código: 103138
Créditos ECTS: 6

2025/2026

Titulación	Tipo	Curso
Publicidad y Relaciones Públicas	OB	2

Contacto

Nombre: Ana Maria Ullod Pujol

Correo electrónico: ana.ullod@uab.cat

Idiomas de los grupos

Puede consultar esta información al [final](#) del documento.

Prerrequisitos

El alumnado que curse esta asignatura debe tener unos conocimientos básicos de comunicación.

Objetivos y contextualización

La asignatura forma parte de la materia de Teoría y Estructura de la Publicidad y las Relaciones Públicas, en bloque con otras asignaturas como: Teoría y Estructura de la Publicidad, Teoría y Estructura de las Relaciones Públicas, Actualidad en Publicidad y Relaciones Públicas.

Objetivos formativos de la asignatura:

- Introducir a los alumnos en el estudio estructural del conjunto del sistema publicitario contemporáneo. Dar a conocer la dimensión económico-financiera de los medios controlados / estimados que definen los distintos ecosistemas comunicativos.
- Mostrar a los alumnos diferentes técnicas de comunicación a aplicar en función de los objetivos de marketing y comunicación que persiga una organización, como: Publicidad, Product Placement, Marketing Relacional, Promociones, Street Marketing, Ambient Marketing, etc.
- De esta forma, los alumnos tendrán una visión integral de las posibles estrategias comunicativas que forman parte de los sistemas publicitarios contemporáneos.
- En la asignatura se trabajarán también las técnicas de presentación, con el objetivo de mejorar las habilidades comunicativas de los alumnos orientadas hacia la defensa de un proyecto ante un cliente, siendo éste un valor importante en todo profesional de la publicidad.

Resultados de aprendizaje

1. CM11 (Competencia) Planificar la actividad profesional atendiendo a la diferencia entre medios convencionales (ATL) y no convencionales (BTL) en el sistema publicitario.
2. KM16 (Conocimiento) Describir la estructura del tejido empresarial de los principales grupos de publicidad y relaciones públicas.
3. SM13 (Habilidad) Determinar la viabilidad de un proyecto empresarial en el ámbito de la publicidad y las relaciones públicas a partir de los principales indicadores económicos.

Contenido

Tema 1.- La publicidad integrada en el proceso de marketing.

1.1.- Objetivos de marketing y objetivos de comunicación.

1.2.- El establecimiento de objetivos cualitativos y objetivos cuantitativos.

1.3.- Players del sistema publicitario (anunciante, consumidor, agencia, medios de comunicación).

Tema 2.- Clasificación de los medios en: estimados y controlados.

2.1.- Técnicas de comunicación que entrarían por clasificación.

2.2.- Análisis de datos de inversión publicitaria. Evolución y tendencias.

2.3.- Estacionalidad de la inversión.

2.4.- Reflexión sobre las circunstancias que han llevado a los cambios en los sistemas publicitarios.

Tema 3.- Técnicas de comunicación publicitaria.Su aplicación en función de los objetivos de marketing.

Motivos de aparición de nuevas técnicas. Los cambios en los sistemas publicitarios actuales.

3.1.- Promoción

3.2.- Street marketing, dance marketing, ambient marketing

3.3.- Branded Content

3.4.- Cobranding, licensing

3.5 - Product Placement

3.6 - Merchandising

El calendario detallado con el contenido de las diferentes sesiones se expondrá el día de

presentación de la asignatura y estará disponible en el Campus Virtual de la asignatura,

donde el alumnado podrá encontrar los diversos materiales docentes y toda la

información necesaria para el adecuado seguimiento de la asignatura. En caso de cambio

de modalidad docente por motivos de fuerza mayor según las autoridades competentes,

el profesorado informará de los cambios que se producirán en la programación de la

asignatura y en las metodologías docentes.

Actividades formativas y Metodología

Título	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
<hr/>			
Tipo: Dirigidas			
Seminarios	15	0,6	
Sesiones de teoría	37,5	1,5	
<hr/>			
Tipo: Supervisadas			
Tutoría	7,5	0,3	
<hr/>			
Tipo: Autónomas			
Fuentes de documentación, lecturas y trabajo	82,5	3,3	
<hr/>			

MD1: Clases magistrales

MD2: Clases de resolución de problemas/casos/ejercicios

MD4: Elaboración de trabajos/informes

MD5: Lectura de artículos/informes de interés

MD6: Presentación oral de trabajos

MD7: Tutorías

MD8: Seminarios

MD11: Prácticas de aula

El calendario detallado con el contenido de las diferentes sesiones se expondrá el día de presentación de la asignatura. Se colgará también en el Campus Virtual donde el alumnado podrá encontrar la descripción detallada de los ejercicios y prácticas, los diversos materiales docentes y cualquier información necesaria para el adecuado seguimiento de la asignatura. En caso de cambio de modalidad docente por razones sanitarias, el profesorado informará de los cambios que se produzcan en la programación de la asignatura y en las metodologías docentes.

Nota: El contenido de la asignatura será sensible a los aspectos relacionados con la perspectiva de género y con el uso del lenguaje inclusivo.

Nota: se reservarán 15 minutos de una clase dentro del calendario establecido por el centro o por la titulación para que el alumnado rellene las encuestas de evaluación de la actuación del profesorado y de evaluación de la asignatura o módulo.

Evaluación

Actividades de evaluación continuada

Título	Peso	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Asistencia Seminarios	10%	3,5	0,14	CM11, KM16, SM13
Examen	40%	2	0,08	
Trabajos	50%	2	0,08	

El sistema de evaluación que se tiene que aplicar a la asignatura es el siguiente, en función de si es evaluación continuada o evaluación única.

Evaluación continuada

- realización de trabajos en grupo (40%) sobre la calificación final.
- asistencia seminarios (10%) sobre la calificación final.

- examen tipo test (50%) sobre la calificación final.

La asistencia a los seminarios es obligatoria (mínimo 80%), y no es recuperable su realización ni asistencia. Solo se tendrán en cuenta las faltas de asistencia debidamente justificadas y documentadas.

Para superar la asignatura hay que aprobar tanto los trabajos como el examen, en caso contrario tendrá que ir a la recuperación.

El alumnado que desee mejorar la nota de la primera convocatoria del examen se tendrá que preparar una bibliografía específica (a consultar con el equipo docente).

La nota definitiva sería la última obtenida, independientemente de que esta fuera inferior a la primera.

Recuperación de la evaluación continuada

El alumnado tendrá derecho a la recuperación de la asignatura si ha sido evaluado del conjunto de actividades, el peso de las cuales sea de un mínimo de 2/3 partes de la calificación total de la asignatura.

El alumnado podrá recuperar la asignatura a través de la realización de un examen.

Evaluación única

Requisitos:

- Realización de un trabajo de curso (40%) sobre la calificación final. A librar el día del examen.
- Prueba de resolución de casos (10%) en base a varias lecturas sobre la materia. Esta prueba será presencial y tendrá lugar el mismo día del examen.
- Examen (50%) sobre la calificación final.

Para superar la asignatura hay que aprobar los tres ítems de la evaluación única previstos. En caso contrario el alumnado tendrá que ir a la recuperación.

Recuperación de la evaluación única

El alumnado podrá recuperar la asignatura a través de la realización de un examen.

No evaluable

El alumnado que no haya completado al menos el 33% de las actividades de evaluación previstas en cualquiera de los sistemas de evaluación de la asignatura, será considerado como "no evaluable" y así constará en la calificación final.

Plagio

El estudiante que haga cualquier irregularidad (copia, plagio, suplantación de identidad...) que pueda conducir a una variación significativa de la calificación de un acto de evaluación, se calificará con este acto de evaluación. En caso de que se produzcan varias irregularidades, la calificación final de la asignatura será 0.

IA

En esta asignatura, se permite el uso de tecnologías de Inteligencia Artificial (IA) como

parte integrante del desarrollo del trabajo, siempre que el resultado final refleje una contribución significativa del alumnado en el análisis y la reflexión personal. El alumnado deberá de identificar claramente las partes que han sido generadas con esta tecnología, especificar las herramientas utilizadas e incluir una reflexión crítica sobre cómo estas han influido en el proceso y el resultado final de la actividad. La no transparencia del uso de la IA en esta actividad evaluable se considerará falta de honestidad académica y puede comportar una penalización parcial o total en la nota de la actividad, o sanciones mayores en caso de gravedad.

Bibliografía

Se facilitarán dossiers de lecturas al inicio de la docencia. Los mismos son de lectura obligada y materia de examen.

Software

No necesita un programario específico

Grupos e idiomas de la asignatura

La información proporcionada es provisional hasta el 30 de noviembre de 2025. A partir de esta fecha, podrá consultar el idioma de cada grupo a través de este [enlace](#). Para acceder a la información, será necesario introducir el CÓDIGO de la asignatura

Nombre	Grupo	Idioma	Semestre	Turno
(SEM) Seminarios	51	Español	segundo cuatrimestre	tarde
(SEM) Seminarios	52	Español	segundo cuatrimestre	tarde
(SEM) Seminarios	53	Español	segundo cuatrimestre	tarde
(TE) Teoría	5	Español	segundo cuatrimestre	tarde