GUÍA DOCENTE

PUBLICIDAD APLICADA

GRADO EN PROTOCOLO Y ORGANIZACIÓN DE EVENTOS

PRESENCIAL

CURSO ACADÉMICO 2023-2024

ÍNDICE

RESUMEN 3
DATOS DEL PROFESORADO 3
REQUISITOS PREVIOS 3
COMPETENCIAS 4
RESULTADOS DE APRENDIZAJE 5
CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA 5
METODOLOGÍA 6
ACTIVIDADES FORMATIVAS 6
EVALUACIÓN 7
BIBLIOGRAFÍA 11
RESUMEN POLÍTICA ACADÉMICA 13

RESUMEN

Centro	Facultad de Comunicación		
Titulación	Grado en Protocolo y Organización de Eventos		
Asignatura	PUBLICIDAD APLICADA	**Código**	F2C1G02024
Materia	Comunicación		
Carácter	Obligatoria		
Curso	Tercero		
Semestre	1º		
Créditos ECTS	3		
Lengua de impartición	Castellano		
Curso académico	2023-2024		

DATOS DEL PROFESORADO

Responsable de Asignatura	Miguel Ángel Suárez Acosta
Correo electrónico	Miguel.suarez@pdi.atlanticomedio.es
Teléfono	
Tutorías	Consultar horario de tutorías en el campus virtual. El horario de atención al estudiante se publicará al inicio de curso en el Campus Virtual. En caso de incompatibilidad con las franjas horarias establecidas pueden ponerse en contacto a través del *mail* para concertar una tutoría fuera de este horario. Se ruega que se solicite la tutoría a través del Campus Virtual o a través del correo electrónico.

REQUISITOS PREVIOS

Sin requisitos previos.

COMPETENCIAS

Competencias básicas:

CB1
Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.

CB2
Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.

CB3
Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.

CB4
Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

CB5
Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

Competencias generales:

CG3 - Saber elaborar, defender argumentos y resolver problemas en el ámbito del protocolo y la organización de eventos.
CG4 - Desarrollar las habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía en el ámbito del protocolo y la organización de actos
CG5 - Capacidad de creatividad e innovación en el ámbito del protocolo y la organización de eventos.
CG6 - Saber analizar el contexto donde se desarrollan los eventos y las estrategias de comunicación corporativa.
CG7 - Capacidad para comunicarse con claridad y coherencia en español, de forma oral y escrita en general, y su adaptación profesional al sector del protocolo y la organización de eventos.

Competencias transversales:

No existen datos

Competencias específicas:

CE3 - Saber diseñar, producir y gestionar proyectos de eventos
CE4 - Capacidad y habilidad para dirigir técnica y artísticamente la puesta en escena de un evento
CE11 - Conocer y saber utilizar los conocimientos de disciplinas afines como el marketing, la publicidad y las relaciones públicas que puedan ser de utilidad en la organización de eventos.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Las asignaturas buscan similar los conocimientos que estructuran la organización de eventos y el protocolo a partir del contexto en que se generan y se ejecutan. Conocer el contexto empresarial de la industria de los eventos y disponer de un enfoque de conjunto para su organización, atendiendo a criterios económicos y financieros. Saber diseñar y ejecutar actos con un grado medio de dificultad. Aprender a desarrollar técnica y artísticamente la puesta en escena de un evento. Saber utilizar las nuevas tecnologías y las herramientas informáticas que ayudan en la organización de los eventos, con especial atención a los elementos multimedia. Desarrollar la capacidad para redactar textos, programas, presupuestos, guiones y todo tipo de documentos necesarios para la organización de un evento. Aplicar la metodología utilizada en la organización de eventos sirviéndose de las técnicas y herramientas disponibles. Adquirir la responsabilidad en la dirección del gabinete de una entidad pública o privada.

CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

La estrategia publicitaria en un acto: *target*, objetivos, posicionamiento, presupuesto y calendario.
La estrategia creativa en un acto: la idea.
Procedimientos para crear atención, emotividad y espectáculo.
La estrategia de medios en un acto.

Estos contenidos se desarrollarán por medio del siguiente programa:

1. **Fundamentos de la publicidad.**
   1.1 Teoría de la publicidad. Historia y nacimiento de la publicidad
   1.2 Publicidad, Marketing
   1.3 Sistema publicitario
   1.4 Identidad e imagen corporativa
   1.5 Posicionamiento y valores estratégicos de marca

2. **La estrategia publicitaria.**
   2.1 Definición de la estrategia publicitaria.
   2.2 Tipos de estrategias publicitarias.
   2.3 Desarrollo de una estrategia publicitaria.
   2.4 Fases de la estrategia publicitaria.

3. **La estrategia de contenidos.**
   3.1 El *briefing* publicitario.
   3.2 La *copy strategy*.
   3.3 Elementos de la *copy strategy*.
   3.4 Otras plataformas estratégicas.

4. **La estrategia creativa.**
   4.1 ¿Qué es la estrategia creativa?
   4.2 Técnicas y caminos creativos.
   4.3 Contenido para publicitar.

5. **La estrategia de medios.**
   5.1 ¿En qué consiste la estrategia de medios?
   5.2 Los medios publicitarios.
   5.3 Ejecución de la campaña publicitaria.
   5.4 Medición de la campaña publicitaria.

METODOLOGÍA

Método expositivo
Aprendizaje basado en la experiencia
Aprendizaje basado en cooperación
Tutoría presencial y/o virtual
Metodología por proyectos

ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS
Clases expositivas	21
Clases prácticas y trabajos	21
Tutoría	6
Evaluación	2
Trabajo autónomo del alumno	25

"*Las actividades formativas tienen un porcentaje de presencialidad del 100% a excepción del Trabajo Autónomo del Alumno.*"

EVALUACIÓN

Criterios de evaluación

SISTEMA DE EVALUACIÓN	% CALIFICACIÓNFINAL
Asistencia y participación activa	10%
Realización de trabajos y prácticas	60%
Pruebas de evaluación teórico-prácticas	30%

Sistemas de evaluación

Se aplicará el sistema de evaluación continua por asignatura donde se valorará de forma integral los resultados obtenidos por el estudiante mediante los procedimientos de evaluación indicados.

La evaluación es el reconocimiento del nivel de competencia adquirido por el estudiante y se expresa en calificaciones numéricas, de acuerdo con lo establecido en la legislación vigente.

Convocatoria ordinaria:

El sistema de evaluación para la convocatoria ordinaria constará de las siguientes partes:

- Evaluación continua de la asistencia y la participación en clase.
- Presentación de un trabajo práctico al final de la asignatura. Este trabajo consiste en el planteamiento de la estrategia de publicidad propuesta para un evento y la creación de elementos de difusión para la propuesta de campaña. La selección del evento objeto del trabajo se realizará entre el estudiante y el docente de la asignatura.
- Examen teórico en el que se realizarán 40 preguntas tipo test (100% de la puntuación)

Todos los trabajos entregados por el alumno durante el curso académico deben respetar el formato para la presentación de trabajos vigente en la Universidad.

Los estudiantes que participan en programas de movilidad y que cuenten con alguna de las asignaturas de su acuerdo académico como no superadas en destino, o estuvieran calificadas como no presentadas, podrán presentarse en la convocatoria extraordinaria optando al 100% de la calificación siguiendo los criterios de calificación de la guía docente. Tal y como recoge la Normativa de Permanencia, el estudiante tendrá derecho a máximo de dos convocatorias por curso académico.

Convocatoria extraordinaria:

Cuando no se haya superado la asignatura en la Convocatoria Ordinaria se podrá acudir a la Convocatoria Extraordinaria.

A la Convocatoria Extraordinaria se podrá acudir con una sola de las partes suspendidas (Examen y Trabajo) o con ambas, ya que en esta Convocatoria sí se guardarán las notas de las partes aprobadas.

Tanto el Examen como el Trabajo serán distintos a los de las Convocatoria Ordinaria. Por lo tanto, si un Trabajo está suspendido no será posible presentar el mismo con las correcciones necesarias, sino realizar uno completamente nuevo y desde cero, siendo igualmente necesario el visto bueno del profesor respecto a la elección de este nuevo trabajo.

La evaluación en convocatoria extraordinaria será:

- Presentación de un trabajo práctico con el planteamiento de la estrategia de publicidad propuesta para un evento. El evento objeto del trabajo debe ser diferente al presentado en la convocatoria ordinaria y será propuesto por el docente de la asignatura.
- Examen teórico-práctico en el que se realizarán 40 preguntas tipo test (100% de la puntuación).

Si un alumno suspende una de las partes (examen teórico-práctico/trabajo final asignatura) en convocatoria ordinaria y en extraordinaria, el alumno debe volver a cursar la asignatura completamente, ya que no ha adquirido las competencias de la misma.

Todos los trabajos entregados por el alumno durante el curso académico deben respetar el formato para la presentación de trabajos vigente en la Universidad.

Criterios de calificación

El criterio de calificación general consiste en que cada tarea se valora con una calificación de 0 a 10. Para obtener la nota media final los alumnos deben superar cada una de las partes de la evaluación. Examen teórico, trabajo/s de la asignatura y asistencia y participación con una nota mínima de 5 puntos. En caso de no superar alguna/s de las partes indicadas podrán presentarse en la convocatoria extraordinaria con la parte/s no superada/s.

Si los alumnos asisten como mínimo al 75% de las clases, el sistema de calificación es el siguiente:

(a) Examen final teórico-práctico que podrá constar de la realización de test, resolución de problemas o casos prácticos: 30% de la nota final.
(b) Resolución de pruebas intermedias y de los ejercicios propuestos en cada bloque de la asignatura: 60% de la nota final.

En el caso de que los alumnos asistan a clase en un porcentaje inferior al 75%, el alumno no podrá presentarse en la convocatoria ordinaria.

Para obtener la calificación final, sumando los criterios anteriores, es necesario haber obtenido un mínimo de cinco puntos sobre diez en la realización del examen final y en cada una de las actividades/tareas/trabajo final que se realicen durante el curso. Si el alumno no supera con una nota mínima de 5 un trabajo/tarea se le asignará otro trabajo nuevo, debiendo superar también este trabajo con una nota mínima de 5. Si un alumno no entrega alguna/s de las tareas/trabajos planificados en el curso deberá acudir a la convocatoria extraordinaria, entendiéndose no superada la parte de realización de trabajos y prácticas de la asignatura en convocatoria ordinaria.

Si el alumno no supera el examen teórico de la asignatura en la convocatoria ordinaria deberá acudir a la convocatoria extraordinaria.

Si el alumno no supera el trabajo final de la asignatura en convocatoria ordinaria deberá realizar otro trabajo completamente nuevo para la convocatoria extraordinaria. No podrá ser una modificación o mejora del trabajo no superado. Este trabajo será designado por el docente. Si el alumno no tiene en cuenta lo indicado con anterioridad en este párrafo el trabajo presentadose considerará no apto, no superándose la asignatura.

Los trabajos realizados por los alumnos se pasarán por el software del turnitin para detectar plagio. Si el porcentaje de coincidencia es superior al 20% se comunicará al alumno. En este caso se tomará en consideración lo indicado en la Guía del Alumno relativo al plagio.

Las penalizaciones por plagio podrán ser:

- Minoración de la nota final del trabajo en un porcentaje que será decidido por los miembros del Tribunal;
-Suspenso del trabajo;
-Suspenso de la asignatura;

En el caso de incurrir en más de dos plagios en un mismo curso, repetición del curso académico completo o expulsión de la Universidad.

Si no se presenta el alumno al examen de convocatoria oficial figurará como no presentado dado que aprobar el examen teórico-práctico es condición básica para aprobar la asignatura.

La nota de los trabajos desarrollados durante el curso se guardará para el resto de convocatorias asociadas al presente proyecto docente.

Si un alumno suspende una de las partes (examen teórico-práctico/trabajo final asignatura) en convocatoria ordinaria y en extraordinaria, el alumno debe volver a cursar la asignatura completamente en el siguiente curso, ya que no ha adquirido las competencias de la misma.

La asistencia a todas las clases es obligatoria durante todo el curso académico.

Como norma general se tendrá en cuenta lo siguiente:

- Sólo tendrá derecho a examen aquel alumno que haya demostrado una progresión adecuada durante el curso, para lo cual se requiere un mínimo del 75% de asistencia a la asignatura.

Las faltas de asistencia el día anterior y/o el mismo día de un examen, a cualquier asignatura que se imparta, se computarán como faltas dobles.

BIBLIOGRAFÍA

Básica

- Bassat, L. El libro rojo de la publicidad. Barcelona: Debolsillo; 2013.
- Gómez, B. Fundamentos de la publicidad. Madrid: ESIC Editorial; 2017.
- González, M.; Carrero, E.; Mariñas, G. Manual de planificación de medios. Madrid: ESIC; 2018.

Complementaria

- Gay, V. El camino amarillo: 7 pasos para tener éxito contando una historia. Plan B: Barcelona; 2017.
- González, E. En las entrañas de la publicidad, la dirección creativa ejecutiva y el oficio. Editorial UOC: Barcelona; 2019.
- Moliné, M. La fuerza de la publicidad. Mcgraw-Hill / Universidad Antonio de Nebrija; 2000.
- Vilajoana, S.; Jiménez, M.; González, Z.; Baurier, E. ¿Cómo aplicar los conceptos básicos de publicidad? Barcelona: Editorial UOC; 2016.

Recursos web

- De Durán, A. Fundamentos de la publicidad. Documento de investigación. Madrid: Universidad Rey Juan Carlos; 2014. [En línea] URL disponible en: http://www.albertodeduran.es/wp-content/uploads/2014/08/1x05-Fundamentos-de-la-publicidad.pdf.
- Rodríguez, L. "¿Eventos o publicidad?". MacGuffin; 20 de abril de 2017. [En línea] URL disponible en: https://www.macguffin.es/blog/eventos-o-publicidad.
- Ortiz, D. "Marketing y publicidad: ¿cuáles son las diferencias?". Cyberclick; 22 de julio de 2019. [En línea] URL disponible en: https://www.cyberclick.es/numerical-blog/marketing-y-publicidad-cuales-son-las-diferencias.
- Gómez-Zorrilla, J. "Definiendo una estrategia publicitaria profesional". La cultura del marketing. [En línea] URL disponible en: https://laculturadelmarketing.com/definiendo-una-estrategia-publicitaria-profesional/.
- Sordo, A. "Estrategias de publicidad: definición, tipos y ejemplos". HubSpot; 12 de agosto de 2019. [En línea] URL disponible en: https://blog.hubspot.es/marketing/estrategias-de-publicidad.
- Tipos de estrategias publicitarias. Junta de Andalucía. [En línea] URL disponible en: http://agrega.juntadeandalucia.es/repositorio/23122016/82/es-an_2016122312_9093909/41_tipos_de_estrategias_publicitarias.html.
- Plan de publicidad definitivo para organizadores muy ocupados. Eventbrite. [En línea] URL disponible en: https://www.eventbrite.es/blog/asset/plan-publicidad-organizadores-muy-ocupados/.
- Gómez-Zorrilla, J. "Cómo hacer una campaña de publicidad, primer paso (I)". La cultura del marketing. [En línea] URL disponible en: https://laculturadelmarketing.com/como-

hacer-una-campana-de-publicidad-primer-paso/.

- Busquets, J. “La estrategia creativa y sus pioneros: poniendo orden al caos”. Ondho, agencia de marketing online; 27 de febrero de 2014. [En línea] URL disponible en: https://www.ondho.com/la-estrategia-creativa-y-sus-pioneros/.
- GestioPolis.com, Experto. "¿Qué es una estrategia creativa?". GestioPolis; 12 de abril de 2001. [En línea] URL disponible en: https://www.gestiopolis.com/que-es-una-estrategia-creativa/.
- Lea, E. “6 pasos para dar con el concepto creativo de tu evento”. Eventoplus.com; 19 de diciembre de 2018. [En línea] Disponible en: https://www.eventoplus.com/articulos/6-pasos-para-dar-con-el-concepto-creativo-de-tu-evento/.
- García C.; Rubini, M.; Echeverría, Y.; Báez, F.; Roa, M. Manual para la creación de eventos musicales. Manual. Colombia: Ministerio de Cultura / Poliedro; 2014. [En línea] URL disponible en: http://www.mincultura.gov.co/proyectoeditorial/Pages/CEM-Manual-para-la-creaci%C3%B3n-de-eventos-musicales.aspx.

RESUMEN POLÍTICA ACADÉMICA

a. La asistencia a clase es fundamental. Si el alumno se acoge al sistema de evaluación continua, la no asistencia a una clase no exime de presentar los trabajos que se hayan solicitado. Recuerde que un porcentaje de la nota final depende de la participación.
b. Las clases comienzan y terminan a la hora establecida. Una vez que comience la clase, por deferencia al resto de compañeros y al docente, no está permita la entrada de ningún alumno. Con el mismo criterio, tampoco se permite la salida de clase antes de su finalización. Atascos, tutorías, viajes, reuniones... no son razones que permitan sortear esta norma.
c. Está prohibido comer, beber, mascar chicle y todo aquello que dicta la educación y el sentido común durante la clase.
d. Está terminantemente prohibido hacer uso del teléfono móvil con fines personales.
e. Honestidad académica. El plagio, las trampas, las ayudas no autorizadas para la elaboración de trabajos o la falsificación de documentos implican el suspenso automático de la asignatura y el traslado de lo ocurrido al Decano de la Facultad para la adopción de las medidas oportunas (apertura de expediente y/o expulsión). Plagiar es la mayor infracción en la que se puede incurrir en la Universidad. Desconocer qué es plagiar no es una eximente. En el ámbito académico quizá sería un agravante. Tampoco es posible plagiar "sin mala intención". Todos los trabajos deben ser originales y todos los recursos utilizados deben ser referenciados con arreglo a la normativa establecida por la Universidad. El 'olvido' de una referencia será considerado plagio.
f. Integridad Académica. La ausencia de citación de fuentes, el plagio de trabajos o uso indebido/prohibido de información durante los exámenes, o la firma en la hoja de asistencia por un compañero que no está en clase, implicará la pérdida de la evaluación continua, sin perjuicio de las acciones sancionadoras que estén establecidas por la Universidad.
g. Faltas de ortografía. En cuanto a las faltas de ortografía, y como regla general, una falta grave supondrá un punto menos en el ejercicio o evaluación. Dos faltas graves dos puntos menos y tres faltas graves un suspenso en el ejercicio o evaluación. Respecto a las faltas de ortografía consideradas leves (tildes), dos faltas equivalen a una grave.