



Guía Docente

Publicidad aplicada

Grado en Protocolo y Organización de Eventos
MODALIDAD PRESENCIAL

Curso Académico 2025-2026

Índice

RESUMEN

DATOS DEL PROFESORADO

REQUISITOS PREVIOS

RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

CRONOGRAMA ORIENTATIVO DE LA ASIGNATURA

METODOLOGÍA

ACTIVIDADES FORMATIVAS

EVALUACIÓN

INFORMACIÓN ADICIONAL

BIBLIOGRAFÍA

RESUMEN

Centro	Facultad de Comunicación
Titulación	Grado en Protocolo y Organización de Eventos
Asignatura	PUBLICIDAD APLICADA
Materia	Comunicación
Carácter	Obligatoria
Curso	Tercero
Semestre	1º
Créditos ECTS	3
Lengua de impartición	Castellano
Curso académico	2025-2026

DATOS DEL PROFESORADO

Responsable de Asignatura	Guillermo Díaz Rodríguez
Correo Electrónico	Guillermo.diaz@pdi.atlanticomedio.es
Tutorías	De lunes a viernes bajo cita previa. El alumnado deberá solicitar la tutoría previamente a través del Campus Virtual o a través del correo electrónico.

REQUISITOS PREVIOS

Sin requisitos previos.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

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 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.

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 con el siguiente temario:

- 1. Fundamentos de la publicidad.**
- 2. La estrategia publicitaria.**
- 3. La estrategia de contenidos.**
- 4. La estrategia creativa.**
- 5. La estrategia de medios.**

CRONOGRAMA ORIENTATIVO DE LA ASIGNATURA

SEMANA	TEMA
--------	------

<u>1</u>	<u>Fundamentos de publicidad</u>
<u>2</u>	<u>Fundamentos de publicidad</u>
<u>3</u>	<u>Fundamentos de publicidad</u>
<u>4</u>	<u>Las estrategia publicitaria</u>
<u>5</u>	<u>Las estrategia publicitaria</u>
<u>6</u>	<u>Las estrategia publicitaria</u>
<u>7</u>	<u>La estrategia de contenidos</u>
<u>8</u>	<u>La estrategia de contenidos</u>
<u>9</u>	<u>La estrategia de contenidos</u>
<u>10</u>	<u>La estrategia creativa.</u>
<u>11</u>	<u>La estrategia creativa.</u>
<u>12</u>	<u>La estrategia creativa.</u>
<u>13</u>	<u>La estrategia de medios.</u>
<u>14</u>	<u>La estrategia de medios.</u>
<u>15</u>	<u>La estrategia de medios.</u>
<u>16</u>	<u>La estrategia de medios.</u>

Nota: La distribución expuesta tiene un carácter general y orientativo, ajustándose a las características y circunstancias de cada curso académico y grupo clase

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	25

"Las actividades formativas tienen un porcentaje de presencialidad del 100% a excepción del

Trabajo Autónomo del estudiante."

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%

La evaluación de la asignatura tendrá tres partes bien diferenciadas. La parte teórica de la evaluación, con un valor del 30% de la nota final, será una prueba escrita teórico-práctica. Esta prueba contendrá una parte teórica, que englobará unas preguntas tipo test y/o unas preguntas cortas de desarrollo o ejercicios de los bloques de estudio de la asignatura. Las preguntas tipo test erróneas no computarán de forma negativa en el global del examen, no obstante, y sin perjuicio de lo anterior, si afectarán negativamente a la parte teórica del examen. La segunda parte de la evaluación será la entrega de los casos prácticos desarrollados durante el curso y/o un trabajo final de la asignatura. Este trabajo versará sobre uno de los temas que serán solicitados en clase por el profesor de la asignatura. Esta parte de la evaluación tendrá un peso del 60% de la asignatura. Los trabajos serán entregados de manera limpia y ordenada, debidamente encuadrados en su caso, con el nombre del alumno, nombre de la asignatura, y curso correspondiente.

En último lugar, la evaluación se completa con la asistencia a clase del alumno con un peso del 10% de la nota final para los alumnos que asistan a todas las sesiones presenciales de la asignatura.

- **Convocatoria ordinaria:**

La convocatoria ordinaria estará conformada por los elementos de evaluación reflejados en los sistemas de evaluación; cada uno de los cuales debe ser superado para proceder al cálculo de la nota de la asignatura.

- **Convocatoria extraordinaria:**

Los estudiantes podrán examinarse en convocatoria extraordinaria atendiendo al mismo sistema de evaluación de la convocatoria ordinaria. Se podrá acudir con aquellas partes de la evaluación que no superase en convocatoria ordinaria.

Si ha suspendido la parte de realización de trabajos deberá presentar nuevamente dichos trabajos que podrán ser o no los mismos según indique el docente.

Si la parte no superada es el examen deberá presentarse a un nuevo examen en su totalidad (teoría y/o práctica) según la estructura que posea el mismo y del que habrá sido informado el estudiante a inicios de la asignatura.

Dispensa académica:

Para aquellos estudiantes que hayan obtenido dispensa académica por causa justificada, se establecerá un sistema alternativo de evaluación siguiendo lo recogido en Normativa de Evaluación de la Universidad.

El sistema alternativo de evaluación estará conformado por los elementos del sistema de evaluación reflejado en esta guía docente. En el caso de dispensa, se sustituirá asistencia y/o participación por otra actividad formativa adecuada que permita alcanzar los resultados de aprendizaje previstos y obtener la calificación máxima de la asignatura siguiendo las indicaciones que establezca el docente al comienzo de la asignatura.

Segunda y siguientes matrículas

Las segundas y siguientes matrículas poseerán una evaluación idéntica a la expuesta en primera matrícula en la que no tendrán en consideración las entregas de cursos anteriores ni notas de pruebas de evaluación de la matrícula anterior. A todos los efectos el estudiante debe volver a realizar y superar todas las partes reflejadas el sistema de evaluación reflejado en esta guía.

-Convocatoria de finalización de estudios y convocatoria de gracia:

En el caso de convocatoria de finalización de estudios y convocatoria de gracia se aplicará el sistema de evaluación de dispensa académica.

Si el estudiante no supera el examen de la asignatura, en actas aparecerá la calificación obtenida en la prueba.

Si el estudiante no se presenta al examen final en convocatoria oficial, figurará como “No presentado” en actas.

Información adicional

Entrega de actividades

Según está establecido institucionalmente, todos los ejercicios y trabajos se deben entregar por el Campus Virtual de la Universidad. No se aceptarán entregas en el correo electrónico del docente.

El trabajo se entregará en la fecha indicada por el docente.

Es el estudiante el responsable de garantizar dichas entregas y plazos en el Campus Virtual. Todos aquellos trabajos presentados fuera de fecha o por otras vías diferentes al Campus Virtual o a las indicadas por el docente contarán como no presentados.

El formato de entrega será el que indique el docente para cada una de las actividades en particular.

Si por capacidad o formato, no se puede realizar una entrega por el Campus Virtual, el docente informará de la vía alternativa de almacenamiento que suministra la universidad y su mantenimiento será responsabilidad del estudiante.

En cualquier caso, el trabajo deberá permanecer accesible hasta que finalice el curso académico.

El docente deberá realizar una copia de todos aquellos trabajos que por su naturaleza no puedan estar almacenados en el Campus Virtual.

Normativa:

Todas las pruebas susceptibles de evaluación, así como la revisión de las calificaciones, estarán supeditadas a lo establecido en la Normativa de Evaluación, la Normativa de Permanencia y la Normativa de Convivencia de la Universidad del Atlántico Medio públicas en la web de la Universidad:

[Normativa | Universidad Atlántico Medio](#)

Las conductas de plagio, así como el uso de medios ilegítimos en las pruebas de evaluación, serán sancionados conforme a lo establecido en estas normativas. El personal docente tiene a su disposición una herramienta informática antiplagio que puede utilizar según lo estime necesario. El estudiante estará obligado a aceptar los permisos de uso de la herramienta para que esa actividad sea calificada.

Sistema de calificaciones:

El sistema de calificaciones (R.D. 1125/2003, de 5 de septiembre) será:

0 – 4,9 Suspenso (SS)
5,0 – 6,9 Aprobado (AP)
7,0 – 8,9 Notable (NT)
9,0 – 10 Sobresaliente (SB)

La mención de “matrícula de honor” podrá ser otorgada a estudiantes que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0. Se podrá conceder una matrícula por cada 20 estudiantes o fracción.

Exámenes:

Al examen solo se podrá acudir con la dotación que indique el docente responsable de la asignatura y el estudiante deberá acudir correctamente identificado. Según la parte del examen se podrá o no contar con dispositivos electrónicos, acceso a internet u otras herramientas o utilidades. El docente tiene la potestad de expulsar al estudiante del examen si se hace uso de cualquier elemento no autorizado en el examen, obteniendo una calificación de suspenso.

En caso de producirse alguna irregularidad durante la celebración del examen o prueba de evaluación, se podrá proceder a la retirada inmediata del examen, expulsión del estudiante, calificación de suspenso y apertura de expediente si se considerase el caso.

El estudiante podrá solicitar la modificación de pruebas de evaluación por escrito a través de correo electrónico dirigido a Coordinación Académica, aportando la documentación justificativa correspondiente, dentro de los plazos indicados en cada caso en la Normativa de evaluación.

[Normativa-de-Evaluacion.pdf](#)

Estudiantes con discapacidad o necesidades educativas especiales

A fin de garantizar la igualdad de oportunidades, la no discriminación, la accesibilidad universal y la mayor garantía de éxito académico, los y las estudiantes con discapacidad o con necesidades educativas especiales podrán solicitar adaptaciones curriculares para el seguimiento de sus estudios acorde con el Programa de Atención a la Diversidad de la UNAM:

[Programa_atencion_diversidad.pdf](#)

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/.](https://www.ondho.com/la-estrategia-creativa-y-sus-pioneros/)

- 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>