

1. DATOS BÁSICOS

Asignatura	Medios, soportes y formatos
Titulación	Grado en Publicidad
Escuela/ Facultad	Ciencias Sociales y Comunicación
Curso	2º
ECTS	6 ECTS
Carácter	Básica
Idioma/s	Castellano
Modalidad	Presencial
Semestre	2º semestre
Curso académico	24-25
Docente coordinador	Arturo Herrera Díaz

2. PRESENTACIÓN

Esta materia tiene como principales objetivos la comprensión de los medios asociados a la identificación, valoración y producción de proyectos de comunicación prototipado de diferentes soportes y estructuras conceptuales, así como las asociadas a la comunicación y su ámbito productivo.

El alumno dominará la metodología investigadora en un contexto eminentemente práctico, convirtiéndose en un pleno conocedor de los soportes publicitarios y de su utilización en estrategias de distinta índole asociada a los nuevos medios y soportes.

Obtendrá una visión 1 vanguardista y contemporánea de las metodologías actuales, combinando estas dentro de una estrategia proyectual concreta de caso práctico de proyección, la cual le permitirá asociar el caso concreto a la estrategia más idónea y por extensión a la solución estratégica. La planificación del medio y productiva también será uno de los ejes primordiales de la materia.

El objetivo de la asignatura busca una comprensión global del ecosistema publicitario, sus formatos tanto convencionales como no convencionales y su inclusión práctica dentro de un proyecto innovador, así como la potenciación de la capacidad investigadora en este ámbito por parte del alumnado.

3. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

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 transversales:

CT1 - Valores éticos: Capacidad para pensar y actuar según principios universales basados en el valor de la persona que se dirigen a su pleno desarrollo y que conlleva el compromiso con determinados valores sociales.

CT2 - Aprendizaje autónomo: Conjunto de habilidades para seleccionar estrategias de búsqueda, análisis, evaluación y gestión de la información procedente de fuentes diversas, así como para aprender y poner en práctica de manera independiente lo aprendido

CT3 - Trabajo en equipo: Capacidad para integrarse y colaborar de forma activa con otras personas, áreas y/u organizaciones para la consecución de objetivos comunes

CT4 - Comunicación escrita / Comunicación oral: Capacidad para transmitir y recibir datos, ideas, opiniones y actitudes para lograr comprensión y acción, siendo oral la que se realiza mediante palabras y gestos y, escrita, mediante la escritura y/o los apoyos gráficos

CT6 - Adaptación al cambio: Ser capaz de aceptar, valorar e integrar posiciones distintas, adaptando el enfoque propio a medida que la situación lo requiera, así como trabajar con efectividad en situaciones de ambigüedad

CT9 - Mentalidad global: Ser capaz de mostrar interés y comprender otros estándares y culturas, reconocer las propias predisposiciones y trabajar con efectividad en una comunidad global.

Competencias específicas:

CE01 - Capacidad para generar contenidos aplicados a los nuevos medios sociales.

CE13 - Capacidad para reconocer todas las fases de desarrollo del proceso publicitario y de la estrategia para optimizar su funcionamiento

CE20 - Conocer los diferentes soportes y formatos publicitarios y su impacto en la planificación estratégica de medios de una campaña

Resultados de aprendizaje:

- RA1 : Será capaz de identificar, valorar, planificar y gestionar los diferentes medios, soportes y formatos publicitarios. Será pleno conocedor de los medios y soportes publicitarios. Obtendrá una visión vanguardista, y global, de los soportes actuales, su manifestación taxonómica y el desarrollo potencial publicitario de aplicación.
- RA2 : Sabrá gestionar los soportes publicitarios aplicados a la publicidad. Capacidad comprender los nuevos soportes publicitarios y su derivada organizativa y operativa en la esfera de la planificación de medios. Ser capaz de entender la esencia formatos publicitarios actuales convencionales y no convencionales.

Competencias	Resultados de aprendizaje
CB2, CT4, CE20	RA1. Manejo de los programas edición, maquetación y montaje p la creación de campañas en diferentes medios, soportes y formato
CB2, CT4, CE20	RA2: Creación de diferentes campañas publicitarias con diferen productos. Análisis del mercado y planes de viabilidad.
CE7,CE9, CE15, CE16, CE19, CE22	RA3: Demostración y aplicación de los conocimientos en el trab final.

4. CONTENIDOS

- Introducción de los medios publicitarios;
- Introducción de los soportes publicitarios;
- Visión vanguardista de los soportes;
- Soportes y medios de guerrilla actuales;
- Taxonomía de los soportes y el desarrollo publicitario;
- Desarrollo de los soportes publicitarios aplicados a la publicidad;
- Diseño de nuevos soportes publicitarios;
- Introducción a una operativa planificación de medios.

5. METODOLOGÍAS DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

MODALIDAD PRESENCIAL

- Trabajo autónomo
- Proyectos
- Lecciones magistrales
- Actividades participativas grupales e individuales
- Debates, coloquios, seminarios y conferencias

6. ACTIVIDADES FORMATIVAS

A continuación, se identifican los tipos de actividades formativas que se realizarán y la dedicación en horas del estudiante a cada una de ellas:

Modalidad presencial:

Actividad formativa	Número de horas
Trabajo autónomo	30
Proyectos	40
Lecciones magistrales	10
Actividades grupales e individuales	40
Debates, coloquios, seminarios y conferencias	10
Tutorías	10
Prueba de conocimiento	10
TOTAL	150

7. EVALUACIÓN

A continuación, se relacionan los sistemas de evaluación, así como su peso sobre la calificación total de la asignatura:

Modalidad presencial:

Sistema de evaluación	Peso
Spots audiovisuales, cuñas y carteles	30%
Análisis de medios tradicionales y multiplataforma	20%
Proyecto final	30%
Prueba de conocimientos	20%

En el Campus Virtual, cuando accedas a la asignatura, podrás consultar en detalle las actividades de evaluación que debes realizar, así como las fechas de entrega y los procedimientos de evaluación de cada una de ellas.

7.1. Convocatoria ordinaria

Para superar la asignatura en convocatoria ordinaria deberás obtener una calificación mayor o igual que 5,0 sobre 10,0 en la calificación final (media ponderada) de la asignatura.

En todo caso, será necesario que obtengas una calificación mayor o igual que 4,0 en la prueba final, para que la misma pueda hacer media con el resto de las actividades.

7.2. Convocatoria extraordinaria

Para superar la asignatura en convocatoria ordinaria deberás obtener una calificación mayor o igual que 5,0 sobre 10,0 en la calificación final (media ponderada) de la asignatura.

En todo caso, será necesario que obtengas una calificación mayor o igual que 4,0 en la prueba final, para que la misma pueda hacer media con el resto de las actividades.

Se deben entregar las actividades no superadas en convocatoria ordinaria, tras haber recibido las correcciones correspondientes a las mismas por parte del docente, o bien aquellas que no fueron entregadas.

8. CRONOGRAMA

En este apartado se indica el cronograma con fechas de entrega de actividades evaluables de la asignatura:

Actividades evaluables	Fecha
Campañas en diferentes medios, soportes y formatos	De septiembre a enero (inclusive)
Análisis del panorama publicitario actual	De septiembre a enero (inclusive)
Creación de una marca, producto o compañía y su desarrollo publicitario	De septiembre a enero (inclusive)

Este cronograma podrá sufrir modificaciones por razones logísticas de las actividades. Cualquier modificación será notificada al estudiante en tiempo y forma.

9. BIBLIOGRAFÍA

La obra de referencia para el seguimiento de la asignatura es:

A continuación, se indica la bibliografía recomendada:

- Debord, G: Comentarios sobre la sociedad del espectáculo. Anagrama. 2018
- Health J. y Potter A.: Rebelarse vende el negocio de la contracultura,. Taurus, 2004.
- Klein N.: No logo, el poder de las marcas, Ed. Phaidos., 2000.
- Dorian M., Publicidad de Guerrilla: Otras formas de comunicar. Editorial GG, 2006.
- Baudrillard J.: Cultura y simulacro, Kairos, 1978.
- Cavallo G.: El Marketing de la felicidad, Barcelona, Barcelona, Codice Ediciones,2015.
- Bravo C.: Marketing de Guerrilla para emprendedores valientes, La esfera de los libros,2013.
- Kotler P.;Marketing 3.0, Barcelona.Ed. LID, 2013.
- Kawasaki G.: El arte de cautivar.Guia para sobresalir, influir y triunfar, Gestion. 2011.
- Godin S.: La vaca púrpura, Ed. Gestion 2000, Barcelona.2008.
- P. Braindot N.: Neuromarketing, Barcelona, Gestion 2000. 2009.
- Tzu T.: El arte de la guerra, Pluton ediciones X.2010.
- Harari N.Y...: Homo Deus, Madrid, Arco/Libros, 2016.
- Bassat L.:El libro rojo de la publicidad, De Bolsillo, 2013.

10. UNIDAD DE ORIENTACIÓN EDUCATIVA Y DIVERSIDAD

Desde la Unidad de Orientación Educativa y Diversidad (ODI) ofrecemos acompañamiento a nuestros estudiantes a lo largo de su vida universitaria para ayudarles a alcanzar sus logros académicos. Otros de los pilares de nuestra actuación son la inclusión del estudiante con necesidades específicas de apoyo educativo, la accesibilidad universal en los distintos campus de la universidad y la equiparación de oportunidades.

Desde esta Unidad se ofrece a los estudiantes:

1. Acompañamiento y seguimiento mediante la realización de asesorías y planes personalizados a estudiantes que necesitan mejorar su rendimiento académico.
2. En materia de atención a la diversidad, se realizan ajustes curriculares no significativos, es decir, a nivel de metodología y evaluación, en aquellos alumnos con necesidades específicas de apoyo educativo persiguiendo con ello una equidad de oportunidades para todos los estudiantes.
3. Ofrecemos a los estudiantes diferentes recursos formativos extracurriculares para desarrollar diversas competencias que les enriquecerán en su desarrollo personal y profesional.
4. Orientación vocacional mediante la dotación de herramientas y asesorías a estudiantes con dudas vocacionales o que creen que se han equivocado en la elección de la titulación.

Los estudiantes que necesiten apoyo educativo pueden escribirnos a:

orientacioneducativa@universidadeuropea.es

11. ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN

¡Tú opinión importa!

La Universidad Europea te anima a participar en las encuestas de satisfacción para detectar puntos fuertes y áreas de mejora sobre el profesorado, la titulación y el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Las encuestas estarán disponibles en el espacio de encuestas de tu campus virtual o a través de tu correo electrónico.

Tu valoración es necesaria para mejorar la calidad de la titulación.

Muchas gracias por tu participación.