

Guía de aprendizaje

Estructura de Mercados

Curso: 2019-2020

Código: 9946001101

Profesora: Jenny del Pino García Sánchez

Titulación: Grado en Comunicación Publicitaria

Facultad de Ciencias Sociales

Idiomas: Español

La misión de la Universidad Europea de Canarias es proporcionar a nuestros estudiantes una educación integral. Ofrecemos una experiencia formativa única y personalizada, con un modelo diseñado para integrar conocimientos, competencias y valores, formando líderes y profesionales preparados para dar respuesta a las necesidades de un mundo global, para aportar valor en sus profesiones y contribuir al progreso social desde un espíritu emprendedor y de compromiso ético.

Queremos generar y transferir conocimiento a través de la investigación aplicada, contribuyendo igualmente al progreso y situándonos en la vanguardia del desarrollo intelectual y técnico.

Índice

1. Datos básicos de la asignatura/módulo	4
2. Presentación de la asignatura	4
3. Competencias y resultados de aprendizaje.....	4
4. Seguimiento y Evaluación	11
4.1. Convocatoria ordinaria	12
4.2. Convocatoria extraordinaria	12
5. Bibliografía	13
6. Cómo comunicarte con tu profesor	14
7. Recomendaciones de estudio	14
8. Atención a la diversidad.....	15

1. Datos básicos de la asignatura/módulo

ECTS	6 ECTS básicos (150 horas)
Carácter	Obligatoria
Idioma/s	Español
Modalidad	Presencial
Trimestre/Semestre	Segundo Semestre

2. Presentación de la asignatura

El desarrollo de la publicidad como actividad económica y profesional se enmarca en un complejo sistema formado por diversos agentes. Entre ellos, empresas publicitarias de diversa índole: agencias de publicidad, agencias de medios, empresas de investigación, y otros servicios complementarios. El funcionamiento de este sistema, su importancia como “Mercado”, y las relaciones que se establecen entre sus actores, constituirán una base imprescindible para luego profundizar en las tipologías, estructura interna, funcionamiento, servicios y fórmula de negocio de las empresas citadas. Para el estudiante será vital entender estos mecanismos a la hora de desarrollar su actividad laboral en el ámbito publicitario, ya sea en el anunciante empresa publicitaria, medio de comunicación o incluso como emprendedor. Esta asignatura, en todo caso, tiene el carácter de materia obligatoria de la UE Canarias.

Los objetivos de la asignatura se resumen en los siguientes puntos:

- Que los estudiantes se familiaricen con el Mercado Publicitario.
- Que sean capaces de comprender la relación y sinergias constantes de los distintos elementos que componen el Mercado Publicitario.
- Que adquieran una actitud reflexiva, así como la capacidad de análisis crítico sobre los hechos comunicativos de actualidad y su relación con la estructura económica.

3. Competencias y resultados de aprendizaje

Al finalizar el curso se pretende que el estudiante haya adquirido las siguientes **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 específicas:

- CE1. Capacidad para gestionar proyectos multidisciplinares en el área de Planificación Estratégica y en la de Gestión de Proyectos y Clientes, dominando los aspectos económicos, profesionales, de mercado y presupuestarios propios de la profesión publicitaria.
- CE2. Capacidad para gestionar y proteger los activos intangibles de una empresa, añadiendo valor a sus productos a través del proceso de planificación estratégica. Podrá supervisar con criterio los recursos estéticos aplicados a un proyecto para que cumplan los objetivos estratégicos previstos para el mismo.
- CE3. Capacidad para gestionar proyectos multidisciplinares en el Área Creativa siendo capaz de dominar los aspectos creativos, profesionales, de mercado y presupuestarios propios de la profesión publicitaria. Será capaz de gestionar y proteger los activos intangibles de una empresa, añadiendo valor a sus productos a través del proceso creativo.
- CE4. Capacidad para aplicar con criterio los distintos recursos estéticos, audiovisuales, artísticos, gráficos, tipográficos, cromáticos, etc. para ponerlos al

servicio de los objetivos estratégicos de un proyecto de comunicación publicitaria.

- CE5. Conocimientos para poder utilizar recursos informáticos y herramientas tecnológicas afines a la Publicidad que le sirvan como instrumento de trabajo para la correcta gestión de los clientes, así como del correcto desarrollo de proyectos estratégicos y/o creativos de comunicación.
- CE6. Conocimiento para manejar bases de datos, hojas de cálculo y en general aquel software de mayor uso y difusión, que permita mejorar el efecto de comunicación publicitaria marcado.
- CE7. Capacidad para asumir el liderazgo, la organización, coordinación y temporalización de las tareas en proyectos que requieran recursos humanos y de cualquier otra naturaleza, gestionándolos eficazmente y asumiendo principios de responsabilidad, para planificar la correcta ejecución de un proyecto de comunicación publicitaria.
- CE8. Capacidad y habilidad para ejercer como profesional que se encarga de la atención al cliente de la agencia / empresa / organismo, asistiéndole de manera continuada antes, durante y después de la realización de sus acciones de comunicación, prestando asesoramiento en temas de comunicación y marketing, así como en temas relacionados con la creatividad y la expresión de la comunicación publicitaria, asegurándose su fidelización a través de su capacidad de relación e interacción fluida y competente.
- CE9. Capacidad y habilidad para utilizar las tecnologías y técnicas comunicativas en los distintos medios o sistemas mediáticos combinados e interactivos (multimedia). Tendrá capacidad de anticipación al mercado y la habilidad para la creación de nuevos soportes que permitan la mejor ejecución de cualquier campaña publicitaria.
- **CE10. Capacidad y habilidad para hacer planteamientos estratégicos que ofrezcan soluciones de comunicación eficaces en el largo plazo, con el objetivo de conseguir el desarrollo sostenido de una marca.**
- CE11. Capacidad para elaborar propuestas desarrolladas con pensamiento abstracto, crítico e innovador, basado en esquemas mentales que busquen soluciones a la propuesta comunicativa, y por lo tanto a la mayor eficacia publicitaria.
- **CE12. Habilidad y capacidad de transmitir el planteamiento estratégico a todo el equipo, para alinear los recursos humanos en los conceptos, necesidades, y tangibles de anunciantes, y de esta forma de desarrollar una campaña acorde con las**

necesidades reales de la marca.

- **CE15. Capacidad de analizar, sintetizar y comunicar efectivamente contenidos de carácter muy diverso a públicos receptores igualmente diversos, para lograr una mayor efectividad en la campaña publicitaria al emitir un mensaje comercial acorde con las necesidades del anunciante.**

Competencias transversales:

- **CT1. Responsabilidad:** Que el estudiante sea capaz de asumir las consecuencias de las acciones que realiza y responder de sus propios actos.
- **CT2. Autoconfianza:** Que el estudiante sea capaz de actuar con seguridad y con la motivación suficiente para conseguir sus objetivos.
- **CT4 - Habilidades comunicativas:** Que el alumno sea capaz de expresar conceptos e ideas de forma efectiva, incluyendo la capacidad de comunicar por escrito con concisión y claridad, así como hablar en público de manera eficaz.
- **CT5. Comprensión interpersonal:** Que el alumno sea capaz de realizar una escucha activa con el fin de llegar a acuerdos, utilizando un estilo de comunicación asertivo.
- **CT6. Flexibilidad:** Que el estudiante sea capaz de adaptarse y trabajar en distintas y variadas situaciones y con personas diversas. Supone valorar y entender posturas distintas adaptando su propio enfoque a medida que la situación lo requiera.
- **CT7. Trabajo en equipo:** Que el alumno sea capaz de participar de una forma activa en la consecución de un objetivo común, escuchando, respetando y valorando las ideas y propuestas del resto de miembros de su equipo.
- **CT8. Iniciativa:** Que el estudiante sea capaz de anticiparse proactivamente proponiendo soluciones o alternativas a las situaciones presentadas.
- **CT9. Planificación:** Que el estudiante sea capaz de determinar eficazmente sus metas y prioridades definiendo las acciones, plazos y recursos óptimos requeridos para alcanzar tales metas.
- **CT10. Innovación-Creatividad:** Que el estudiante sea capaz de idear soluciones nuevas y diferentes a problemas que aporten valor a problemas que se le plantean.

Resultados de aprendizaje:

- **RA12: Ser capaz de entender todo el sistema publicitario actual, sus estructuras y**

procesos de trabajo.

- **RA14:** Capacidad de gestionar y planificar proyectos integrales de comunicación en todos los soportes, medios y formatos, incluyendo el desarrollo de las marcas de los clientes.
- **RA34:** Ser capaz de entender la esencia de los formatos publicitarios actuales convencionales y no convencionales.
- **RA37:** Conocimiento de clasificaciones operativas de los medios y los soportes publicitarios.
- **RA38:** Conocer profundamente cada uno de los medios convencionales y no convencionales.

ACTIVIDADES FORMATIVAS

A continuación, se detalla la distribución de tipos de actividades formativas y la dedicación del estudiante a cada una de ellas:

Tipo de actividad formativa	Número de horas
Seminarios, foros y/o mesas redondas	10
Tutorías	25
Ejercicios prácticos y participación oral	10
Estudio autónomo	50
Resolución de problemas / Trabajos dirigidos.	10
Role playing / Debates / Coloquios	20
Análisis de casos / Trabajos en grupo / investigaciones.	25
TOTAL	150

Para desarrollar las competencias y alcanzar los resultados de aprendizaje indicados, deberás realizar las actividades que se indican en la tabla de la página siguiente:

Resultados de aprendizaje	Actividad de aprendizaje	Tipo de actividad	Contenidos
RA12	Actividad 1	Estudio autónomo; Ejercicios prácticos y participación oral; Debates, coloquios; Investigaciones.	UA1 / Tema 1: Conceptos básicos
	Actividad 2	Análisis de casos / Trabajos en grupo / investigaciones.	
RA12, RA14, RA34	Actividad 3	Seminarios, foros y/o mesas redondas; Estudio autónomo.	UA2 / Tema 2. El anunciante
	Actividad 4	Ejercicios prácticos y participación oral; Role playing/ Debates, coloquios; Análisis de casos / Trabajos en grupo / investigaciones.	UA2 / Tema 2. El anunciante UA3 / Tema 3: La agencia de publicidad
RA12, RA14, RA34, RA37, RA38	Actividad 5	Seminarios, foros y/o mesas redondas; Ejercicios prácticos y participación oral; Estudio autónomo; Resolución de problemas / Trabajos dirigidos; Rol playing/ Debates, coloquios; Análisis de casos	UA4 / Tema 4: Las agencias de medios. UA4 / Tema 5: La prensa diaria como medio publicitario.

		/ Trabajos en grupo / investigaciones.	UA 5/ Tema 6: Las revistas. UA4/ Tema 7: La radio. UA4/ Tema 8: La televisión. UA5/ Tema 9: El cine. UA5/ Tema 10: La publicidad exterior.
--	--	---	---

En el Campus Virtual, cuando accedas a la asignatura, podrás ver en detalle los enunciados de las actividades que tendrás que realizar, así como el procedimiento y la fecha de entrega de cada una de ellas. En todo caso, alguna actividad puede sufrir alguna modificación de lo que se informará con la máxima antelación posible.

4. Seguimiento y Evaluación

Con carácter general el sistema de evaluación que se establece en la Universidad es la evaluación continua, de acuerdo con lo previsto en el Reglamento de Evaluación para las titulaciones oficiales de Grado de la Universidad Europea de Canarias:

<http://canarias.universidadeuropea.es/soy-alumno-uec/informacion-academica/normativa>

La evaluación tendrá en cuenta los objetivos de aprendizaje, contenidos y competencias de la asignatura y se llevará cabo a partir de la definición de cada uno de ellos, estableciendo las evidencias de aprendizaje propias de cada nivel competencial en cada asignatura.

La evaluación tendrá un carácter continuo y formativo y podrá realizarse tanto a nivel individual como grupal, coherentemente con la naturaleza de las actividades formativas planteadas. Las actividades formativas evaluables se incluyen dentro de las siguientes detalladas en el módulo al que pertenece la asignatura:

1. Pruebas de conocimiento
2. Exposiciones orales
3. Caso /Problema
4. Debate
5. Observación del desempeño

La nota final de la asignatura se calcula teniendo en cuenta los pesos en porcentaje de cada una de las categorías de la asignatura. **Para superar la asignatura el estudiante debe obtener la calificación de 5 o superior en cada una de las categorías de los sistemas de evaluación previstos en la ficha de la asignatura**, por lo que, si una de las categorías (actividades formativas evaluables) no ha sido superada, la asignatura será evaluada con un 4 como máximo pudiendo ser menor si la media de la calificación de la asignatura así lo es.

Si en la categoría **Pruebas de conocimiento** se incluyen dos o más pruebas, **solo se realizará la media entre ellas a partir de una calificación de 5** en cada una de las pruebas de conocimiento.

Se establece un **porcentaje de asistencia mínimo para la evaluación continua del 75 %**. La incorporación a la clase con más de 10 minutos de retraso se considera falta de asistencia. El incumplimiento de este porcentaje de asistencia, conllevará el suspenso de la asignatura en convocatoria ordinaria, salvo casos excepcionales que serán debidamente valorados por el profesor. En caso de anulación extraordinaria de la impartición de la asignatura en formato presencial por fuerza mayor (causas meteorológicas, caída de la red eléctrica, etc.) adversas se

podrá sustituir esta por una actividad de aprendizaje a realizar en el Campus Virtual de la asignatura.

Todos los estudiantes tienen derecho a dos convocatorias por curso académico en cada una de las asignaturas (ordinaria y extraordinaria).

La calificación final se hará en base a los siguientes porcentajes:

- 1.- El 25% de la calificación depende la superación de las prácticas individuales. Se valorará la investigación, presentación y exposición del contenido.
- 2.- El 25% de la calificación depende la superación de las prácticas grupales. Se valorará la investigación, presentación, la capacidad de trabajar en equipo en las clases y exposición del contenido. Todas las prácticas, individual o grupal, deben ser entregadas por el Campus Virtual y presentadas en clase.
- 3.- El 10% depende de la participación activa en debates u otras tareas análogas, así como se valorará el comportamiento con los compañeros, la implicación mostrada en los trabajos y la actitud.
- 4.- El 40% de las pruebas de conocimiento realizadas.

4.1. Convocatoria ordinaria

Para superar la asignatura en convocatoria ordinaria deberás obtener una calificación mayor o igual de 5,0 sobre 10,0 en la calificación final (media ponderada) de la asignatura. La nota final de la asignatura se calcula teniendo en cuenta los pesos en porcentaje de cada una de las categorías de la asignatura. Para superar la asignatura el estudiante debe obtener la calificación de 5 o superior en cada una de las categorías de los sistemas de evaluación previstos en la ficha de la asignatura, por lo que, si una de las categorías de actividades formativas evaluables no ha sido superada, la asignatura será evaluada con un 4 como máximo pudiendo ser menor si la media de la calificación de la asignatura así lo es. Si en la categoría “Pruebas de conocimiento” se incluyen dos o más pruebas, solo se realizará la media entre ellas a partir de una calificación de 5 en cada una de las pruebas de conocimiento.

4.2. Convocatoria extraordinaria

Para superar la asignatura convocatoria extraordinaria deberás obtener una nota mínima de 5, teniendo en cuenta que, en caso de no superar con éxito la asignatura en convocatoria ordinaria se guardarán las calificaciones de las actividades realizadas y aprobadas para la convocatoria extraordinaria, con las excepciones consignadas (menos de un 3,5 en una prueba objetiva). En ningún caso se tendrán en cuenta para futuras convocatorias.

Otros aspectos a tener en cuenta en la evaluación

El estudiante deberá poder demostrar la originalidad y autoría, quedando terminantemente prohibido utilizar, reproducir o copiar prácticas, trabajos, archivos o dibujos de manera total o parcial, de otros alumnos del mismo curso o de cualquier otra fuente relacionada sin realizar la cita correspondiente y sin que estas citas supongan más del 40 % del trabajo presentado.

Tal como se especifica en el Reglamento Disciplinario de la UEC, el plagio o copia tanto de los exámenes como de las prácticas es considerado una falta muy grave según el artículo 5.f.

En el Capítulo III: Sanciones disciplinarias, Art.8. se especifica las sanciones correspondientes a faltas muy graves relativas a plagios y al uso de medios fraudulentos para superar pruebas de evaluación: tendrán como consecuencia la pérdida de la convocatoria correspondiente, así como el reflejo de la falta y su motivo en el expediente académico.

Están prohibidas las grabaciones digitales, totales o parciales, de lo expuesto en las sesiones en el aula salvo expresa petición del profesor de la asignatura para labores de evaluación, registro de la actividad docente o como actividad de aprendizaje. El incumplimiento de lo anterior puede dar lugar a la apertura de expediente disciplinario, de acuerdo con lo previsto en el Reglamento Disciplinario de la Universidad Europea de Canarias.

Está permitido el uso de recursos y herramientas informáticas durante las horas de trabajo en el aula, siempre y cuando se utilicen las aplicaciones imprescindibles para el desarrollo de los trabajos.

Las actividades formativas entregadas con retraso se considerarán No Presentadas salvo causa mayor debidamente justificada por parte del estudiante.

5. Bibliografía

A continuación, se indica la bibliografía básica recomendada de la asignatura:

- ÁLVAREZ RUIZ, Antón (2012): *La magia del “planner”. Cómo la planificación estratégica puede potenciar la comunicación persuasiva*. Madrid: ESIC Editorial.
- Castellblanque, Mariano (2001). *Estructura de la actividad publicitaria. La industria de la publicidad de la A a la Z*, Barcelona: Paidós.
- Eguizábal, Raúl (2007). *Teoría de la publicidad*. Madrid: Cátedra.
- Fanjul Peyró, C.; González Oñate, C. & M. Arranz Peña (2018): “Creatividad y eficacia en la Comunidad Valenciana: la figura del *planner* en el proceso creativo”. *Revista Latina de Comunicación Social*, 73, pp. 401 a 424.
- Fernández Gómez, Jorge David (2005). *Aproximación a la estructura de la publicidad. Desarrollo y funciones de la actividad publicitaria*, Sevilla: Comunicación Social Ediciones.

- Hernández, C. (2004). Manual de creatividad publicitaria. Madrid, España. Editorial Síntesis.
- Ortega Martínez, E. (2004). *La Comunicación Publicitaria*, Madrid: Pirámide, 2ª edición.
- Pérez Ruiz, Miguel Ángel (1996). *Fundamentos de las Estructuras de la Publicidad*, Madrid: Síntesis.

6. Cómo comunicarte con tu profesor

Cuando tengas una duda sobre los contenidos o actividades, no olvides escribirla en los foros de tu asignatura para que todos tus compañeros puedan leerla.

¡Es posible que alguno tenga tu misma duda!

Si tienes alguna consulta exclusivamente dirigida al profesor puedes enviarle un correo electrónico. Además, en caso de que necesites profundizar en algún tema, puedes acordar con tu profesor una tutoría.

Es conveniente que leas con regularidad los mensajes enviados por compañeros y profesores, pues constituyen una vía más de aprendizaje.

7. Recomendaciones de estudio

La formación universitaria exige planificación y regularidad desde la primera semana. Es muy positivo el intercambio de experiencias y opiniones con profesores y demás estudiantes, ya que permiten el desarrollo de competencias básicas como la flexibilidad, la negociación, el trabajo en equipo, y, por supuesto, el pensamiento crítico.

Por ello te proponemos una metodología general de estudio basada en los siguientes puntos:

- Seguir un ritmo de estudio constante y sistemático.
- Asistir a clase y acceder a la asignatura en el Campus Virtual de manera continuada para mantenerte actualizado sobre el desarrollo de la misma.
- Participar activamente en ella enviando opiniones, dudas y experiencias sobre los temas tratados y/o planteando nuevos aspectos de interés para su debate.
- Leer los mensajes enviados por los compañeros y/o los profesores.

Se considera de especial interés y valor académico la participación activa en las actividades del aula física y virtual. La forma en que puedes participar es muy variada: preguntando, opinando, realizando las actividades que el profesor proponga, participando en las actividades colaborativas, ayudando a otros compañeros, etc. Esta forma de trabajar supone esfuerzo, pero permite obtener mejores resultados en tu desarrollo competencial.

8. Unidad de atención a la diversidad.

Estudiantes con necesidades específicas de apoyo educativo:

Las adaptaciones o ajustes curriculares para estudiantes con necesidades específicas de apoyo educativo, a fin de garantizar la equidad de oportunidades, serán pautadas por la Unidad de Atención a la Diversidad (UAD).

Será requisito imprescindible la emisión de un informe de adaptaciones/ajustes curriculares por parte de dicha unidad, por lo que los estudiantes con necesidades específicas de apoyo educativo deberán contactar a través de: unidad.diversidad@universidadeuropea.es o llamando al 912115353 al comienzo de cada semestre.

Anexos con información detallada en el Campus Virtual

- Anexo 1. Normativa y procedimiento de la asignatura.
- Anexo 2. Normativa del Claustro de Ciencias Sociales sobre criterios de evaluación.
- Anexo 3. Contenidos de la asignatura.
- Anexo 4. Criterios para la modificación de fechas de pruebas de evaluación.
- Anexo 4. Rúbrica de evaluación.