

## 1. DATOS BÁSICOS

<b>Asignatura</b>	TÉCNICAS Y ESTRATEGIAS DE LA COMUNICACIÓN
<b>Titulación</b>	Grado en Publicidad
<b>Escuela/ Facultad</b>	Escuela de Arquitectura
<b>Curso</b>	2º
<b>ECTS</b>	6
<b>Carácter</b>	Básica – OBLIGATORIA
<b>Idioma/s</b>	Castellano
<b>Modalidad</b>	Presencial
<b>Semestre</b>	2º
<b>Curso académico</b>	2024/2025
<b>Docente coordinador</b>	María Corral Achabal
<b>Docente</b>	María Corral Achabal y Marta Medina García

## 2. PRESENTACIÓN

### Contexto

En esta materia analizaremos los elementos, las formas, los procesos y las estructuras de la comunicación, así como sus métodos de trabajo, documentación e investigación para permitir un conocimiento global del fenómeno de la comunicación humana, referido no solo al hecho comunicativo, sino también a la realidad social de la información. Para ello se enfatizará el análisis del discurso en sus diferentes modalidades, y centrándonos en algunas de las técnicas de comunicación más utilizadas en el ámbito publicitario y su aplicación en los diferentes medios de comunicación.

### Objetivos generales:

- Que los estudiantes sepan analizar, evaluar, construir y difundir un discurso coherente, congruente y no recurrente aplicado al hecho publicitario.
- Que los estudiantes obtengan un conocimiento teórico-práctico general de las diferentes teorías que analizan el proceso de la comunicación, atendiendo al contenido del discurso, su retórica y su aplicación como herramienta de la comunicación.
- Conocer la importancia de la gestión de los principales procesos de comunicación dentro del sector del marketing y la publicidad y sus aplicaciones estratégicas.
- Saber adaptar la estrategia a diferentes medios de comunicación

Se transmitirán una serie de conceptos básicos necesarios para que el alumno pueda comprender cada uno de los instrumentos y conocer las estrategias básicas de aplicación. Se desarrollarán habilidades para el análisis de problemas empresariales, interpersonales como el trabajo en equipo y la exposición, defensa y crítica de ideas.

### 3. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

#### **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

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

#### **TRANSVERSALES:**

CT1 - Responsabilidad: Que el estudiante sea capaz de asumir las consecuencias de las acciones que realiza y responder de sus propios actos.

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.

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.

#### **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.

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 publicidad

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 la publicidad.

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.

#### **Resultados de aprendizaje:**

- Conocer y manejar los diferentes métodos y técnicas de investigación social existentes.
- Saber realizar una investigación y aplicarla en el desarrollo de la actividad profesional.
- Capacidad de desarrollar criterios propios, coherentes y argumentados sobre los procesos sociales para entender el proceso de comunicación y sus finalidades.
- Dominio de los fundamentos del comportamiento del consumidor, sabiendo analizar y relacionar las variables individuales que influyen en su conducta (motivación, emoción y personalidad) y aplicarlos al ámbito de la publicidad.
- Saber valorar la incidencia que tienen los aspectos psicosociales sobre la conducta de consumo de los individuos.
- El estudiante tendrá la 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.

## **4. CONTENIDOS**

Esta materia tiene como principales objetivos: análisis de los elementos, formas, procesos y estructuras de la comunicación, así como sus métodos de trabajo, documentación, e investigación para permitir un conocimiento y entendimiento globalizado del fenómeno de la comunicación humana, referido no solo al hecho comunicativo, sino también a la realidad social de la Información.

Estudio histórico de los distintos sistemas y medios de comunicación desde sus orígenes y las implicaciones producidas por ellos en el desarrollo político, económico y social en la sociedad humana en sus diferentes etapas de evolución.

## **5. METODOLOGÍAS DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE**

A continuación, se indican los tipos de metodologías de enseñanza-aprendizaje que se aplicarán:

- Clase magistral
- Método del caso
- Aprendizaje cooperativo
- Aprendizaje basado en problemas (ABR) - Libro Marcas con carácter
- Entorno de simulación en estudios y aulas tecnológicas
- Práctica en laboratorio de medios

## 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
Clases magistrales asíncronas	35 h.
Resolución de problemas / Trabajos dirigidos	20 h.
Ejercicios prácticos y participación oral	20 h.
Análisis de casos / Trabajos en grupo/ Investigaciones	10 h.
Estudio autónomo	35 h.
Tutorías	10 h.
Rol Playing / Debates / Coloquios	10 h.
Seminarios, foros y/o mesas redondas	10 h.
<b>TOTAL</b>	<b>150 h.</b>

## 7. EVALUACIÓN

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

Sistema de evaluación	Peso
Pruebas de conocimiento	20
Exposiciones orales	30
Caso / Problema	20
Debate	10
Observación del desempeño	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 y haber entregado todas las actividades.

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

## 7.2. Convocatoria extraordinaria

Para superar la asignatura en convocatoria extraordinaria 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
Actividad 1: Análisis y presentación de un discurso	Febrero (3ª S.)
Actividad 2: Presentación de marca personal	Marzo (3ª S.)
Actividad 3: ABP	Mayo (2ª S.)
PRUEBA DE CONOCIMIENTO	Mayo (4ª S.)
Debate - Dinámica de grupo	Mayo (5ª S.)

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

## 9. BIBLIOGRAFÍA

A continuación, se indica la bibliografía recomendada

- Chan Kim, W. & Mauborgne R. (2018). *Océano azul, océano rojo*. Penguin Random House Grupo Editorial España.
- Castelló–Martínez, A. (2019). *De la publicidad a la comunicación persuasiva integrada: Estrategia y empatía*. ESIC
- González Lobo, M<sup>a</sup> A. (2009). *Manual de publicidad*. (Libros profesionales) ESIC.
- Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Alianza.
- Cialdini, R. (2017). *Pre-suasión. Un método revolucionario para influir y persuadir*. Conecta.

### Bibliowebs:

- Asociación de Española de Agencias de publicidad: [www.agenciasdigitales.org](http://www.agenciasdigitales.org)
- Asociación de agencias de creatividad transformadora: <https://creatividadtransformadora.es/>
- Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial (Autocontrol): <http://www.autocontrol.es>
- Asociación Española de Anunciantes: <http://www.anunciantes.com>
- Asociación Española de Agencias de Publicidad: [www.agenciasaeacp.es](http://www.agenciasaeacp.es)
- Asociación Española de la Economía Digital: <http://www.adigital.org>
- Asociación Española de Estudios de Mercado, Marketing y Opinión: [www.aedemo.es](http://www.aedemo.es)
- Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC): [www.aimc.es](http://www.aimc.es)
- Anuncios: <http://www.anuncios.com>
- El publicista: <http://www.elpublicista.es>
- Club de Bartering.com: <http://www.club-bartering.com>
- Control Publicidad: <http://www.controlpublicidad.com>
- El Periódico de la Publicidad: <http://www.periodicopublicidad.com>
- Interactive: <http://www.revistainteractive.com>
- IPMARK: <http://www.ipmark.com>
- Marketing Directo: <http://marketingdirecto.com>
- Reason Why: <http://reasonwhy.com>
- Noticias de la Comunicación: <http://www.noticom.es>
- OJD: <http://www.ojd.es> • Visual: <http://visual.gi>

## 10. UNIDAD DE ATENCIÓN A LA 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:

- Acompañamiento y seguimiento mediante la realización de asesorías y planes personalizados a estudiantes que necesitan mejorar su rendimiento académico.
- 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.
- Ofrecemos a los estudiantes diferentes recursos formativos extracurriculares para desarrollar diversas competencias que les enriquecerán en su desarrollo personal y profesional.
- 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.uec@universidadeuropea.es](mailto:orientacioneducativa.uec@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. Gracias.