DATOS GENERALES DE LA ASIGNATURA

ASIGNATURA: Estrategias de la Publicidad y de las Relaciones Públicas

PLAN DE ESTUDIOS: Grado en Publicidad y Relaciones Públicas (SGR-PUBLI)

GRUPO: 2526-O1

CENTRO: Facultad de Ciencias Sociales

CARÁCTER DE LA ASIGNATURA: Obligatoria (OB)

ECTS: 6,0

CURSO: 4º

TEMPORALIDAD: 2º Semestre

IDIOMA EN QUE SE IMPARTE:
Castellano, excepto las asignaturas de idiomas que se impartirán en el idioma correspondiente

DATOS DEL DOCENTE

NOMBRE Y APELLIDOS: GLORIA CAMPOS GARCÍA DE QUEVEDO

EMAIL: gcampos@uemc.es

TELÉFONO: 983 00 10 00

CV DOCENTE:

- Doctora en Publicidad y Relaciones Públicas. Universidad Camilo José Cela (2.013); Acredita por la ANECA como ayudante doctor, doctor contratado y Profesora de Universidad Privada
- Diploma de Estudios Avanzados. Facultad de Bellas Artes. Universidad Miguel Hernández (2.010).
- Máster internacional en Gestión y Organización de Eventos, Protocolo, Ceremonial y Relaciones Institucionales por la Universidad Camilo José Cela (2.010).
- Máster en Dirección de Empresas Consultoras en Protocolo, Gestión de Eventos y Congresos, Comunicación y Relaciones Institucionales, por la Universidad Miguel Hernández (2.008).
- Certificado de Aptitud Pedagógica (CAP) por la Universidad de Granada (1.997).
- Licenciada en Periodismo. Universidad Complutense de Madrid (1.984).
- MBA en Protocolo, Producción y Organización de Eventos por el Instituto Superior de Protocolo y Eventos (2013).
- Máster en gestión, Organización y Producción de Eventos en la Industria Cultural y del entretenimiento por el Instituto Superior de protocolo y Eventos (2013-14. 60 ECTS).
- Máster en Gestión de Gabinetes Institucionales. Fundación Jaime Vera. (1991).

Experiencia en online:

Docente en el Grado de Publicidad y Relaciones Públicas en las asignaturas de Teoría de las Relaciones Públicas, Estrategias de las Relaciones Públicas y Crítica Publicitaria en los cursos 2023-24 en la Universidad Europea Miguel de Cervantes.

Directora del Máster Universitario de Dirección de Protocolo, Producción, Organización y Diseño de Eventos de la UCJC. Modalidad on line y presencial

Directora del Máster del Máster en Asesoramiento de Imagen y Consultoría Política, de la UCJC.

Más de 20 años en experiencia en formación a distancia

CV PROFESIONAL:

- profesora universitaria
- 2006-actualidad. Colaboradora como comentarista en distintos programas de televisión en materia de protocolo y organización de eventos.

- Directora de marketing en el International School of Event Management & Communication.
- Consultora en marketing y comunicación

- **Organización Eventos:**
  - Directora del equipo del equipo de protocolo de los Premios Platino del Cine Iberoamericano del 2017 a la actualidad.
  - Coordinadora producción de más de 100 eventos corporativos nacionales e internacionales para grandes clientes.
  - Coordinadora protocolo V Encuentro Mujeres por África, de la Fundación Mujeres por África y varios actos derivados del mismo 2016 a 2022.
  - Coordinadora equipo de protocolo de la Fiesta de Nominados Premios Goya años 2012, a 2023.
  - Coordinadora equipo protocolo de la Gala de Entrega de los Premios Goya años 2012ª 2023.
  - Coordinadora del equipo de protocolo de los Premios Cinematográficos José María Forqué, años 2012 a 2019.
  - Miembro del equipo de protocolo de los Premios Príncipe de Asturias durante 2007 a 2011.
  - Coordinadora seguridad y ceremonias XV Juegos del Mediterráneo Almería 2005.

CV INVESTIGACIÓN:

Es muy amplio

DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

DESCRIPTOR DE LA ASIGNATURA:

Estrategias de Publicidad y de las Relaciones Públicas configura una parte muy relevante en la presente titulación. Su análisis y estudio llevará al alumno a conocer los diferentes mecanismos que existen a la hora de llevar a cabo una estrategia publicitaria o de relaciones públicas, pudiendo acercarse a la realidad de los departamentos de diferentes ramas de la comunicación que, en cualquier organización, planifican y ejecutan campañas. Desde un plan de relaciones públicas hasta los elementos que configuran una campaña, los contenidos que se muestran en este temario dotarán al alumno de conocimientos necesarios para apoyar su éxito profesional en el mundo de las relaciones públicas o de la publicidad desde cualquier perspectiva.

CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA:

1. **Estrategias de Publicidad y de Relaciones Públicas**
   1. Tema 1. Las relaciones públicas: enfoque estratégico : Este primer tema es una aproximación a la disciplina de las relaciones públicas desde una óptica estratégica. Estrategia y táctica, planificación, métodos, modelos.
   2. Tema 2. Estrategias de las relaciones públicas : El segundo tema ahonda en la disciplina desde una perspectiva más práctica, pudiendo conocer las partes que articulan un plan de relaciones públicas, objetivos de un plan, así como la visión interna y externa de la estrategia.
   3. Tema 3. Evaluación de las relaciones públicas : Este tema se centra en la parte de la evaluación y la medición como clave para el éxito de cualquier plan de relaciones públicas. Herramientas, indicadores, tipos de objetivos medibles y métodos.
   4. Tema 4. Estrategias de eficacia publicitaria : En este tema entramos en el terreno de la publicidad desde una perspectiva de medición y eficacia, aportando métodos de gran utilidad y relevancia como el método VALS.
   5. Tema 5. Elementos para hacer posible una campaña : En este tema y tras el estudio de los cuatro anteriores, se presenta la parte más operativa: los soportes que hacen posible una campaña: presupuesto, cronograma, briefing y planner.
   6. Tema 6. Estrategias de Publicidad en entornos digitales : En este tema ahondamos en la realidad del mundo publicitario desde una perspectiva digital global

RECURSOS DE APRENDIZAJE:

Los recursos de aprendizaje que se utilizarán en todas las asignaturas de la titulación (salvo las prácticas externas) para facilitar el proceso de enseñanza-aprendizaje, son:

- Campus online de la UEMC (Open Campus)
- Plataforma de Webconference (Zoom work place)

Las comunicaciones con el profesor serán a través de Open Campus vía Mi correo, Tablón o/y Foro.

COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE A ADQUIRIR POR EL ALUMNO

COMPETENCIAS GENERALES:

- CG01. Capacidad de análisis, síntesis y juicio crítico
- CG02. Capacidad para trabajar en equipo
- CG03. Capacidad de liderazgo, iniciativa y espíritu emprendedor
- CG04. Capacidad para resolver problemas y tomar decisiones
- CG05. Capacidad para desarrollar el pensamiento creativo
- CG06. Capacidad para adaptarse al entorno y a nuevas situaciones
- CG07. Capacidad para conocer las culturas y costumbres de otros países, para apreciar la diversidad y multiculturalidad y respetar los derechos humanos universales
- CG08. Capacidad para ejercer con responsabilidad, autonomía, independencia y compromiso ético en la práctica profesional
- CG09. Capacidad para comunicar imágenes, ideas o símbolos
- CG10. Capacidad para aplicar los conocimientos a la práctica

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- CE33. Capacidad y habilidad para establecer el plan de comunicación, fijar los objetivos, definir el público objetivo, plantear estrategias y controlar el presupuesto de comunicación
- CE34. Capacidad y habilidad para ser responsable del área de comunicación de un organismo o empresa y establecer contactos con los diferentes públicos, tanto internos como externos
- CE35. Capacidad para adelantarse a las tendencias y predecir las demandas de los clientes (potenciales y reales)
- CE39. Capacidad para analizar y elaborar estrategias y procesos encaminados a la creación y realización de mensajes publicitarios en los distintos soportes y medios de comunicación
- CE40. Capacidad para conocer los procesos psicológicos básicos en la comunicación, en el consumidor y los modelos psicológicos específicos desarrollados para la comunicación y la persuasión
- CE42. Capacidad para desarrollar nuevos soportes y formas publicitarias

RESULTADOS DE APRENDIZAJE:

El alumno será capaz de:

- Planificar una estrategia de comunicación que le permita cumplir los objetivos perseguidos desde la comunicación publicitaria y de rr.pp. es decir deberá llevar a cabo aquella estrategias que le permita cumplir los objetivos en el menor tiempo y con el menor presupuesto, además de elaborar estrategias de comunicación eficientes.

BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS DE REFERENCIA GENERALES

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:

- Francisco Aguadero (2013): Relaciones Públicas y Comunicación: un enfoque estratégico. Acción Empresarial. ISBN: 9786077610892
- Mariola Garcia Uceda (2011): Las Claves de la Publicidad . ESIC Editorial . ISBN: 9788473561211

- Cuenca-Fontbona, J., Compte-Pujol, M. y Zeler, I. (2022). (2022): La estrategia aplicada a las relaciones públicas en el medio digital: El caso español. Revista Latina de Comunicación Social, 80, 163-182. https://www.doi.org/10.4185/RLCS-2022-1537 . ISBN: 1138-5820

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA:

- Inma Rodríguez Ardura (2011): Estrategias y técnicas de comunicación. Oberta. ISBN: 9788497885935

WEBS DE REFERENCIA:

Web / Descripcion
Marketeros de hoy (http://www.marketerosdehoy.com) Revista digital sobre marketing y publicidad
Revista Roastbrief(http://www.roastbrief.com) Publicación creadora de conocimiento original sobre publicidad, marketing, comunicación y social media.
Roastbrief (http://www.roastbrief.com) Publicación creadora de conocimiento original sobre publicidad, marketing, comunicación y social media.
Marketing Directo (http://www.marketingdirecto.com) Anuncios y anunciantes y temas de actualidad de la publicidad

PLANIFICACIÓN DEL PROCESO DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE DE LA ASIGNATURA

METODOLOGÍAS:

MÉTODO DIDÁCTICO:

El papel del profesor cobra importancia a través de la impartición de clases magistrales en tiempo real por videoconferencia que podrá utilizar para explicar los contenidos teóricos, resolver dudas que se planteen durante la sesión, ofrecer retroalimentación sobre las actividades de evaluación continua o realizar sesiones de tutoría de carácter grupal.

MÉTODO DIALÉCTICO:

Se caracteriza por la participación de los alumnos en las actividades de evaluación continua de debate y la intervención de éstos a través del diálogo y de la discusión crítica (seminarios, grupos de trabajo, etc.). Utilizando este método el alumno adquiere conocimiento mediante la confrontación de opiniones y puntos de vista. El papel del profesor consiste en proponer a través de Open Campus temas referidos a la materia objeto de estudio que son sometidos a debate para, posteriormente, evaluar el grado de comprensión que han alcanzado los alumnos.

MÉTODO HEURÍSTICO:

Este método puede desarrollarse de forma individual o en grupo a través de las actividades de evaluación continua (entregas de trabajos, resolución de ejercicios, presentaciones, etc.). El objetivo es que el alumno asuma un papel activo en el proceso de aprendizaje adquiriendo los conocimientos mediante la experimentación y la resolución de problemas.

CONSIDERACIONES DE LA PLANIFICACIÓN:

Las ACTIVIDADES FORMATIVAS que se realizan en la asignatura son las siguientes:

Clases teóricas: Actividad dirigida por el profesor que se desarrollará de forma sincrónica en grupo. Para la realización de esta actividad en OpenCampus, la UEMC dispone de herramientas de Webconference que permiten una comunicación unidireccional en las que el docente puede desarrollar sesiones en tiempo real con posibilidad de ser grabadas para ser emitidas en diferido.

Actividades prácticas: Actividades supervisadas por el profesor que se desarrollarán fundamentalmente de forma asíncrona, y de forma individual o en grupo:

- Actividades de debate. Se trata de actividades desarrolladas en el foro de Open Campus, en las que se genera conocimiento mediante la participación de los estudiantes en discusiones alrededor de temas de interés en las distintas asignaturas.
- Entregas de trabajos individuales o en grupo a partir de un enunciado o unas pautas de trabajo que establecerá el profesor.
- Resolución de ejercicios y problemas que el alumno debe realizar a través de Open Campus en un periodo de tiempo determinado. Esta actividad puede ser en formato test de evaluación.

Tutorías: Las tutorías podrán tener un carácter sincrónico o asíncrono y podrán desarrollarse de manera individual o en grupos reducidos.

Están previstas tres sesiones de tutoría por videoconferencia, una al inicio, otra antes de la evaluación parcial y otra al final del semestre. En la primera se presentará la asignatura y la guía docente y en la segunda, en las semanas previas a la evaluación final, se dedicará a la resolución de dudas de los estudiantes.

Además, el docente utiliza el Tablón, el Foro y el Sistema de correo interno de Open Campus para atender las necesidades y dudas académicas de los estudiantes.

SESIONES EN TIEMPO REAL

En la asignatura se planifican clases magistrales y tutorías a través de videoconferencias.

La asistencia a las videoconferencias no será obligatoria, pero si recomendable para un adecuado seguimiento de la asignatura, la comprensión de los materiales y el desarrollo óptimo de las actividades de aprendizaje. En cualquier caso, salvo circunstancias excepcionales, será posible acceder a ellas en diferido a las 48 horas máximo desde su celebración.

SESIONES EN TIEMPO REAL :

	Título
TU1	Presentación asignatura y Guía docente
CM1	RRPP: enfoque estratégico
CM2	Estrategias de las RRPP
CM3	Evaluación en las RRPP
CM4	Eficacia Publicitaria
CM5	Los elementos de las campañas
CM6	TU. Parc. Resolución de dudas y preparación de la prueba parcial
CM7	Publicidad en entornos digitales
CM8	Presente y futuro de la publicidad y las RRPP (*)
TU2	Resolución de dudas antes de la evaluación

EVALUACIÓN CONVOCATORIA ORDINARIA:

Evaluación continua 60%
Evaluación final 40%

ACTIVIDADES Y SISTEMAS DE EVALUACIÓN :

Tipo Evaluación	Nombre Actividad	% Calif.

Tipo Evaluación	Nombre Actividad	% Calif.
Evaluacion contínua (60 %)	1. Actividad 1. Debate grupal (Foro)	12
	2. Defensa Actividad 1 (Defensa)	12
	3. Actividad 3 (Entrega individual)	24
	4. Defensa Actividad 3 (Defensa)	12
Evaluacion final (40 %)	1. Prueba de evaluación final (Prueba de evaluación final)	40

CONSIDERACIONES EVALUACIÓN CONVOCATORIA ORDINARIA:
A lo largo de la planificación de la asignatura el alumno realizará **actividades de evaluación continua** que forman parte de la calificación de la asignatura con un peso del 60% sobre la nota final.

Para superar la evaluación continua, el alumno deberá obtener al menos un 5 en la nota total de la evaluación continua, de lo contrario, deberá acudir a la convocatoria extraordinaria para superarla. Si una pareja de actividades (entrega individual o foro de debate y su defensa) tiene una nota de 5 o superior en la convocatoria ordinaria, dicha nota se conservará en la convocatoria extraordinaria, no pudiéndose volver a entregar por el estudiante. No se guardan notas de parejas de actividades suspensas.

El sistema de evaluación de esta asignatura acentúa el desarrollo gradual de competencias y resultados de aprendizaje y, por tanto, se realizará una evaluación continua a través de las distintas actividades de evaluación propuestas. El resultado de la evaluación continua se calcula a partir de las notas obtenidas en cada actividad teniendo en cuenta el porcentaje de representatividad en cada caso.

Todas las actividades deberán entregarse en las fechas previstas para ello, teniendo en cuenta:

- Las actividades de evaluación continua se desarrollarán según se indica y, para ser evaluadas, los trabajos deberán ser entregados en la forma y fecha prevista y con la extensión máxima señalada. No se evaluarán actividades entregadas posteriormente a esta fecha o que no cumplan con los criterios establecidos por el profesor.
- La no entrega de una actividad de evaluación continua en forma y plazo se calificará con un 0 y así computarán en el cálculo de la nota de evaluación continua y final de la asignatura.
- Cualquier tipo de copia o plagio por mínimo que sea, así como un uso inapropiado de herramientas de inteligencia artificial, supondrá una calificación de 0 en la actividad correspondiente. Esta actuación podría suponer la apertura de un expediente disciplinario.
- Las actividades de evaluación continua se desarrollarán con anterioridad a la realización de las pruebas de evaluación final de la asignatura
- Si la asignatura tuviera actividad de laboratorio presencial, su asistencia será obligatoria para superar la asignatura

Los alumnos accederán a través de Open Campus a las calificaciones de las actividades de evaluación continua en un plazo aproximado de 20 días lectivos desde la fecha fin de fecha de entrega, excepto causas de fuerza mayor en cuyo caso se informará al alumno a través del Tablón.

La evaluación continua se complementará con una **evaluación final** que se realizará al finalizar el periodo lectivo en cada asignatura. La prueba constará de parte práctica y teórica, suponiendo un 40% de la calificación sobre la nota final.

La evaluación final de la asignatura se desarrollará del siguiente modo:

- A mitad de cada semestre se ofrece al a alumno el poder realizar de forma voluntaria un parcial para eliminar materia.
- Para eliminar la materia es necesario que el alumno lo supere al menos con un 5. En este caso, se le guardaría la nota del parcial hasta la convocatoria extraordinaria. El alumno sólo podrá presentarse a la segunda parte de la asignatura bien en convocatoria ordinaria o extraordinaria.
- En convocatoria ordinaria, la prueba final constará de dos exámenes (primera y segunda parte de la asignatura)
  - En el caso de que el alumno hubiera superado y eliminado materia con el primer parcial, sólo se presentará a la segunda parte. Para superar la asignatura se hará la media siempre que en la segunda parte se obtenga al menos un 4 y la media supere el 5.
  - En el caso de que el alumno no hubiera superado el primer parcial, se podrá presentar a ambas partes. Para superar la asignatura se hará la media de ambas partes siempre que se obtenga al menos un 4 en cada una y la media supere el 5.
- El alumno tendrá la posibilidad, siempre dentro de los tres días siguientes a la publicación de las notas, a renunciar a su calificación, y presentarse en la siguiente convocatoria
- El alumno tendrá hasta 3 días después de la calificación para solicitar al docente más información sobre su calificación por el correo de la plataforma.
- Cualquier tipo de irregularidad o fraude en la realización de una prueba, así como un uso inapropiado de herramientas de inteligencia artificial, supondrá una calificación de 0 en la prueba/convocatoria correspondiente. Esta actuación podría suponer la apertura de un expediente disciplinario.
- El aplazamiento concedido por la Universidad para la realización de una evaluación final se regirá por lo establecido en el Manual de "Directrices y plazos para la tramitación de una solicitud"

La nota final se corresponderá con la media aritmética del resultado obtenido en cada una de las partes. En caso de no superación, se guarda la parte aprobada para la convocatoria extraordinaria.

La **nota global** de la asignatura se obtiene ponderando la calificación de la evaluación continua y de la evaluación final según los siguientes porcentajes, y debiendo tener aprobadas ambas partes, continua y final, para superar la asignatura.

Si un alumno no se presenta a la prueba de evaluación final, su calificación en la convocatoria será de "No presentado", con independencia de que haya realizado alguna actividad de evaluación continua.

De igual modo si el alumno no entrega ninguna actividad de evaluación continua, obtendrá la calificación de "No presentado", con independencia de que haya aprobado la prueba de evaluación final, en cuyo caso, se le guardaría su calificación para la convocatoria extraordinaria

EVALUACIÓN CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA:

Evaluación continua 60%
Evaluación final 40%

ACTIVIDADES Y SISTEMAS DE EVALUACIÓN :

Tipo Evaluación	Nombre Actividad	% Calif.
Evaluacion contínua (60 %)	1. Actividad 1 (Entrega individual)	12
	2. Defensa Actividad 1 (Defensa)	12
	3. Actividad 3 (Entrega individual)	24
	4. Defensa Actividad 3 (Defensa)	12

Tipo Evaluación	Nombre Actividad	% Calif.
Evaluacion final (40 %)	1. Prueba de evaluación final (Prueba de evaluación final)	40

CONSIDERACIONES EVALUACIÓN CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA:
Los estudiantes que no hayan superado la asignatura en la convocatoria ordinaria, porque hayan suspendido la evaluación continua o la prueba de evaluación final, podrán presentarse a las pruebas establecidas por el profesor en la convocatoria extraordinaria.

Para la convocatoria extraordinaria se guardan las calificaciones de las parejas de actividades de evaluación continua y pruebas de evaluación (parcial y final), superadas por el estudiante (nota superior o igual a 5), no permitiéndose volver a realizarlas.

- En convocatoria extraordinaria, la prueba final también constará de dos exámenes (primera y segunda parte de la asignatura)
  - En el caso de que el alumno hubiera superado el parcial (al menos un 5) o una de las partes en convocatoria ordinaria (al menos un 5), esta calificación se mantiene para la extraordinaria, presentándose el alumno sólo a lo suspenso. Para superar la asignatura se hará la media entre lo aprobado en ordinaria y la calificación que haya sacado en extraordinaria siempre que se obtenga al menos un 4 y la media supere el 5.
  - En el caso de que el alumno tuviera que presentarse a ambas partes, para superar la asignatura se hará la media siempre que se obtenga al menos un 4 en cada parte y la media supere el 5.
- En convocatoria extraordinaria, el alumno solo podrá entregar las parejas de actividades de evaluación continua no superadas, guardándose la calificación de las aprobadas.
- El alumno tendrá hasta 3 días después de la calificación para solicitar al docente más información sobre su calificación por el correo de la plataforma.
- Cualquier tipo de irregularidad o fraude en la realización de una prueba, supondrá una calificación de 0 en la prueba/convocatoria correspondiente.
- El aplazamiento concedido por la Universidad para la realización de una evaluación final se regirá por lo establecido en el Manual de "Directrices y plazos para la tramitación de una solicitud".

En la convocatoria extraordinaria, la **nota global** de la asignatura se obtiene ponderando la calificación de la evaluación continua y de la evaluación final, de la misma forma que en la convocatoria ordinaria.

Al igual que en la convocatoria ordinaria, en la convocatoria extraordinaria es necesario superar tanto la evaluación continua como la evaluación final para aprobar la asignatura.

Si un alumno no se presenta a la prueba de evaluación final, su calificación en la convocatoria será de “No presentado”, con independencia de que haya realizado alguna actividad de evaluación continua.

SISTEMAS DE EVALUACIÓN:

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PORCENTAJE (%)
Pruebas objetivas	20%
Pruebas orales	12%
Sistemas de heteroevaluación	38%
Técnicas de observación	18%
Trabajos y proyectos	12%