



DATOS IDENTIFICATIVOS

Planificación e xestión de medios publicitarios

Materia	Planificación e xestión de medios publicitarios			
Código	P04G190V01602			
Titulación	Grao en Publicidade e Relacións Públicas			
Descritores	Creditos ECTS 6	Sinale OB	Curso 3	Cuadrimestre 2c
Lingua de impartición	Castelán Galego			
Departamento	Comunicación audiovisual e publicidade			
Coordinador/a	Badenes Plá, Vicente			
Profesorado	Badenes Plá, Vicente			
Correo-e	vbadenes@uvigo.es			
Web				
Descrición xeral	Baixo unha óptica global e introductoria, esta materia expón os elementos esenciais da actividade publicitaria, tanto desde o seu campo teórico, como desde os diferentes produtos que integran a oferta que as axencias de publicidade ofrecen aos seus clientes, pasando pola propia estrutura empresarial que as sustenta. Materia do programa English Friendly. Os/ as estudantes internacionais poderán solicitar ao profesorado: a) materiais e referencias bibliográficas para o seguimento da materia en inglés, b) atender as titorías en inglés, c) probas e avaliacións en inglés. English Friendly subject: International students may request from the teachers: a) resources and bibliographic references in English, b) tutoring sessions in English, c) exams and assessments in English.			

Resultados de Formación e Aprendizaxe

Código			
B1	Competencias interpretativa e operativa da comunicación como realidade e como campo de estudo desde o punto de vista humanístico e técnico: coñecemento teórico da comunicación.		
C3	Coñecemento da estrutura dos medios publicitarios: características, tipoloxías e problemáticas.		
C4	Coñecemento teórico e práctico das estruturas organizativas e dos procesos da publicidade e das relacións públicas.		
C12	Destrezas analítico-sintéticas: capacidade e habilidade para establecer a estratexia, planificación e procesos propios da comunicación publicitaria e das relacións públicas.		
C15	Capacidade para a xestión económica e orzamentaria no ámbito da actividade publicitaria e das relacións públicas.		
D2	Competencias creativas: capacidade para a creatividade, a innovación e a adaptación ao cambio.		
D3	Competencias colaborativas: capacidade de adaptación aos obxectivos e valores organizativos e de traballo en equipo.		
D6	Competencias directivas: preparación para asumir o risco na toma de decisións.		

Resultados previstos na materia

Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe	
Describir os procesos referidos á planificación e xestión dos medios publicitarios desde o punto de vista do anunciante, a axencia e a central de compras	C3	
Identificar as metodoloxías e técnicas de investigación e análise dos suxeitos e elementos da comunicación publicitaria: o seu reflexo nos medios publicitarios e de *RR.PP.	B1	C3
Describir e enumerar os procesos encamiñados á elaboración das mensaxes publicitarias nos distintos soportes e medios de comunicación, da xeración da idea ao seu emprazamento e posterior avaliación	C3	
Describir e recompilar a estrutura dos medios publicitarios convencionais, non convencionais e interactivos: características, tipoloxías e problemáticas	C3	

Analizar e investigar audiencias. Análise e selección de medios e soportes para a planificación da difusión publicitaria e para a compra de espazos		C3
Comprender o proceso global da planificación publicitaria, fixando obxectivos, definindo o público obxectivo, expondo estratexias e controlando o orzamento	B1	C12 C15
Describir e analizar de forma detallada as funcións que desenvolve o departamento de medios dunha axencia e, en maior medida, as denominadas centrais de medios		C4
Aplicar o pensamento creativo ao aproveitamento estratéxico dos medios publicitarios, así como a distribución temporal das campañas e *rentabilización do orzamento en medios		C15 D2
Realizar a xestión económica e orzamentaria no seu ámbito de actividade: a repartición do orzamento nos medios		C15 D6
Describir os procesos necesarios para a adaptación aos obxectivos *organizacionales e a capacidade para a *plasmación dos mesmos no investimento en medios		D3

Contidos

Tema	
Tema 1. Introducción á Planificación de Medios	Introdución. Contexto no que se desenvolve a Planificación de medios: Marketing; Publicidade. Complexidade e importancia da planificación. ¿En que consiste a planificación de Medios?. O plan de Medios. Perfil tipo dun Planificador. Tendencias.
Tema 2. Contexto da Planificación de medios	Factores xerais e específicos que condicionan a planificación de medios.
Tema 3. Actores e procesos da Planificación de Medios	1. O Anunciante e a súa Marca. Retos e ameazas. Formas de organizar a función de medios: Proles e Contras de cada modelo. Rol de anunciante na planificación. 2. Axencias de Medios: Orixe. Evolución. Organigrama Tipo. Descrición de postos e funcións por Departamentos Fluxos de traballo. Forma de Remuneración.. 3. Os Medios e os soportes. Como se organiza un Dpto. Comercial tipo.
Tema 4. Fases e metodoloxía do plan de medios	Fases e etapas dun plan de medios: Información e acción. Descrición dos procesos que comprende cada etapa: Briefing, obxectivos, selección de medios e soportes, estacionalidade, óptico de medios, negociación e compra, seguimento, peche.
Tema 5. Os Medios Publicitarios	Características de cada Medio: Prensa, Cine, TV, Radio, Exterior. Vantaxes e inconvenientes. Realidade dos medios no novo panorama mediático.

Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Traballo tutelado	24	50	74
Prácticas con apoio das TIC	24	50	74
Exame de preguntas obxectivas	2	0	2

*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientador, considerando a heteroxeneidade do alumnado.

Metodoloxía docente

	Descrición
Traballo tutelado	Serán de carácter individual e colectivo. Explicaranse na aula. Non se explicarán por correo electrónico.
Prácticas con apoio das TIC	Prácticas na aula de informática utilizando o PC

Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Traballo tutelado	Resolución de dúbidas na aula. Tutorías presenciais & online previa cita
Prácticas con apoio das TIC	Resolución de dúbidas na aula. Tutorías presenciais & online previa cita
Probas	Descrición
Exame de preguntas obxectivas	Tutorías presenciais & en liña previa cita

Avaliación

Descrición	Cualificación	Resultados de Formación e Aprendizaxe

Traballo tutelado	Prácticas varias. Avalíanse todos os traballos, a maioría de carácter individual e de maneira independente. Todos han de estar aprobados para poder facer media.	30	B1	C12 C15	D3
Prácticas con apoio das TIC	Prácticas na aula de informática utilizando PC e o programa excel de microsoft	30	B1	C12 C15	D3
Exame de preguntas obxectivas	Exame con dous partes. Un primeira tipo test que vale un 50% do total e unha segunda parte que vale o 50% restante.	40	B1	C3 C4 C12 C15	D2 D3 D6

Outros comentarios sobre a Avaliación

PUNTO 1. SISTEMA DE AVALIACIÓN CONTINUA. DESCRICIÓN

O sistema de avaliación por defecto é o sistema de avaliación continua.

1. 1. Sobre a materia

A materia Planificación e xestión de medios publicitarios está incluída no plan de estudos do Grao en Publicidade e Relacións Públicas como unha materia de carácter obrigatorio para todos os alumnos e alumnas que pretendan conseguir o referido título.

Esta materia impártese en réxime PRESENCIAL polo que é deber dos estudantes asistir ás sesións docentes prácticas e teóricas no horario establecido polo centro.

A asistencia é obrigatoria, tanto á teoría como ás clases prácticas. Os estudantes deben asistir con regularidade á materia (mínimo un 80% das clases), no caso de non superar esa cifra, perderán o dereito para ser avaliados

1.2. Sobre os baremos de avaliación continua da materia

O sistema de avaliación da materia realízase atendendo a tres factores:

a) Superar a parte práctica, coa realización das actividades programadas. Todos os alumnos teñen a obriga de subir todos os traballos do curso a plataforma Moovi nas datas establecidas. As datas de entrega das prácticas serán comunicadas con antelación suficiente de maneira verbal na aula e a través de notificacións ao correo a través de Moovi. Non se admite BAIXO NINGUNHA CIRCUNSTANCIA entrega de prácticas fóra de prazo. A entrega fóra de prazo supón suspender esa práctica.

b) Superar a parte teórica, mediante un exame escrito que se realizará na data sinalada polo centro. Para superar a parte práctica deberán realizarse as actividades programadas en tempo e forma e sempre baixo a supervisión docente. Estas actividades valoraranse sobre un máximo de 10 puntos e supoñen un 60% da avaliación da materia. É necesario alcanzar un mínimo dun 5 nas prácticas para poder facer media.

Para superar a parte teórica os alumnos e alumnas deberán superar un exame escrito individual sobre os contados teóricos que se impartan na aula e que están recollidos no programa. O exame valorarase sobre un máximo de 10 puntos e supón un 40% da avaliación da materia. É necesario alcanzar un mínimo dun 4 no exame para poder facer media.

c) Asistencia e participación do alumnado nas clases teóricas e prácticas.

A asistencia a clase é unha condición obrigada para poder ser avaliado. Aqueles alumnos ou alumnas que non asistan ás clases prácticas constarán como SUSPENSO na parte práctica.

Resumo de probas e porcentaxe de valoración global do conxunto de tarefas que implica esa proba

- ☐ Proba 1 (P1): Exame. Valoración do 40% sobre o total da nota.
- ☐ Proba 2 (P2): Entrega de traballos prácticos. Valoración do 30% sobre o total da nota.
- ☐ Proba 3 (P3): Realización de prácticas na aula. Valoración do 30% sobre o total da nota.

$P1(40\%) + P2(30\%) + P3(30\%) = 100\%$ da nota

Requisitos para superar a materia:

- Ter aprobados todos os traballos prácticos
- Aprobar o exame teórico

A nota final é o resultado da media de ambas as notas (non se fará media con algunha das partes suspensa).

IMPORTANTE

Calquera contido explicado ou referenciado en clase (teoría & práctica) é susceptible de ser materia de exame.

Para aprobar a materia hai que aprobar todas as prácticas e o exame en todas as súas partes (test, desenvolvemento).

1.3. Sobre o control de asistencia

En todas as sesións prácticas e de seminario tomarase nota dos membros asistentes (Folla de firmas indicando nome, DNI e firma).

Durante todo o semestre tan só será posible realizar DÚAS Xustificacións das faltas de asistencia, que deberá ser realizada mediante a presentación do correspondente xustificante médico ou laboral. A decisión de admisión do mesmo dependerá do docente e nunca se poderá realizarse máis aló dunha semana despois da ausencia.

As prácticas semanais son obrigatorias, presenciais, e realizaranse durante cúrsuo. En caso de existir dificultades obxectivas para a asistencia, será necesario comunicalo por escrito e manter unha titoría presencial nas dúas (2) primeiras semanas do curso.

A presente normativa é aplicable a todos os alumnos e alumnas matriculados nesta materia SEN EXCEPCIÓN

IMPORTANTE. Aqueles alumno/as que opten polo sistema de avaliación global deberán seguir as pautas e indicacións que se detallan no PUNTO 3 desta guía.

PUNTO 2. SEGUNDA OPORTUNIDADE. BREVE DESCRICIÓN.

Aquilo/as estudantes que cursen avaliación continua deberán superar en segunda convocatoria todas aquelas metodoloxías ou probas que non superase en primeira convocatoria.

Aquilo/as estudantes que cursen avaliación global deberán someterse en 2ª convocatoria ás mesmas condicións descritas na avaliación global.

A efectos de coordinar a segunda oportunidade, o alumnado deberá contactar co docente responsable da memoria, quen establecerá próbalas pertinentes ben sexa en Moovi, ou de forma presencial durante a data establecida e aprobada en Xunta de Facultade.

As condicións de segunda oportunidade descritas aquí aplícanse para o resto de convocatorias sucesivas.

PUNTO 3. SISTEMA DE AVALIACIÓN GLOBAL. DESCRICIÓN

O sistema de avaliación por defecto da Universidade de Vigo é o sistema de avaliación continua. Aqueles alumnos que opten polo sistema de avaliación global deberán seguir as seguintes pautas.

Pautas formais imprescindibles previas á avaliación:

O alumnado deberá informar o docente da súa renuncia expresa ao sistema de avaliación continua no prazo establecido polo centro para tal fin, achegando cuberto e asinado o documento habilitado para tal fin.

Pautas o día da avaliación:

A proba de avaliación global realizarase na data e horarios previstos polo centro no calendario de exames oficial e avaliará de forma sistemática todas as metodoloxías e probas establecidas na guía docente. O estudante deberá superar todas e cada unha das probas de avaliación previstas que se detallan a continuación obtendo unha cualificación mínima de 5 puntos en cada unha delas. Dada a extensión das probas o alumnado que se acolla a avaliación global deberá dispoñer de 5 horas (descansos non incluídos) para a realización das mesmas a partir da hora oficial de inicio do exame da materia segundo o calendario oficial.

O alumno/para deberá superar todas e cada unha das seguintes probas de avaliación que a continuación se detallan cunha cualificación mínima de 5.

Breve descrición e porcentaxe de valoración das probas:

PROBA 1: Os/as estudantes que efectúen a avaliación global realizarán o mesmo exame de preguntas obxectivas que os

estudantes que cursan avaliación continua. Mesmo día, mesmo horario, mesmas pautas. O exame, en todas as súas partes, ten un peso dun 40% sobre o total da nota. Hai que obter un cualificación mínima de 5 en todas as súas partes para aprobar esta parte. Con menos de 5 non se fai media, aínda que o resto de probas estean aprobadas.

PROBA 2. Debe facer entrega o día da data oficial de exame de dous (2) traballos expostos polo profesor. O conxunto de traballos expostos ten un peso dun 30% sobre o total da nota. Hai que obter unha cualificación mínima de 5 en cada traballo para aprobar esta parte. Con menos de 5 non se fai media, aínda que o outro traballo estea aprobado. O detalle das probas, a forma de entrega, as tarefas para realizar e os criterios de avaliación recibiraos o alumno nun documento ad hoc explicativo na plataforma Moovi.

PROBA 3. Despois de terminar o exame, e cumpridos os períodos de descanso entre probas que marca a normativa, o alumno/para asistirá acompañado do profesor da materia preferiblemente á aula na que se impartiron as clases prácticas. O alumno/para deberá realizar unha selección de prácticas realizadas e explicadas polo profesor na aula ao longo da avaliación continua. De non estar dispoñible ese espazo, realizarase ou ben na aula de exame ou ben no espazo que o centro teña dispoñible. A proba durará un máximo de dúas horas desde o momento de inicio da mesma. O detalle das tarefas para realizar, os prazos e os criterios de avaliación explicaráselle ao alumno/a en a aula. Para a realización da parte práctica non é posible empregar os equipos persoais do alumnado nin consultar a documentación da materia en Moovi. Calquera das violacións destas condicións anulará a proba para realizar. Esta proba, en conxunto, ten un peso dun 30% sobre o total da nota. Hai que obter unha cualificación mínima de 5 en cada unha das tarefas expostas para aprobar esta parte. Con menos de 5 non se fai media, aínda que o resto de probas estean aprobadas.

Resumo de probas e porcentaxe de valoración global do conxunto de tarefas que implica esa proba

- ☐ Proba 1 (P1): Exame. Valoración do 40% sobre o total da nota.
- ☐ Proba 2 (P2): Entrega de traballos prácticos. Valoración do 30% sobre o total da nota.
- ☐ Proba 3 (P3): Realización de prácticas na aula. Valoración do 30% sobre o total da nota.

$P1(40\%) + P2(30\%) + P3(30\%) = 100\%$ da nota

Insítese de novo en que, para aprobar a materia, é imprescindible aprobar en tempo e forma todas as probas (1,2 e 3). Cunha nota inferior a 5 en calquera das probas, non se fai media aínda que o resto de probas estean aprobadas. Por tanto, o/o alumno/para deberá obter unha cualificación mínima de 5 en todas as probas para aprobar.

Outros aspectos para considerar

A información sobre as probas de avaliación, o seu formato, extensión, rúbrica de avaliación e canles de entrega serán detalladas a través da plataforma Moovi. É responsabilidade do alumno ou alumna estar atento á información subida e recompilar a información específica e complementaria que sexa precisa para superar a materia.

Os materiais para o estudo da materia serán os subidos a Moovi e os apuntamentos das sesións impartidas na aula, tanto en sesións teóricas como prácticas. É responsabilidade do alumno/para estar atento á información subida a Moovi e recompilar os apuntamentos e documentación non subidos a Moovi que sexan obxecto de exame e/o explicativos das distintas probas de avaliación.

A guía docente presenta a formulación xeral da materia. Por motivos de extensión e ante a imposibilidade de subir documentación complementaria na plataforma Docnet, os detalles máis concretos sobre o sistema de avaliación global xestionaranse en tempo e forma a través da plataforma Moovi.

Para todo o non contemplado e/o detallado de forma expresa nesta guía, tomarase como referencia as indicacións do Regulamento sobre a avaliación, a cualificación e a calidade da docencia e do proceso de aprendizaxe do estudantado (Aprobado non claustro do 18 de abril de 2023). Dispoñible en:
<https://secretaria.uvigo.gal/uv/web/normativa/public/show/565>

Bibliografía. Fontes de información

Bibliografía Básica

González Lobo, M^a A., Carrero López, E, **Manual de Planificación de Medios**, 5, Esic, 2007

Sissors, J, Baron, R., **Advertising Media Planning**, 7, McGraw Hill, 2010

Bibliografía Complementaria

Jenkins, H., **Convergence Culture**, 1, Paidós, 2008

Recomendacións

Materias que se recomenda cursar simultaneamente

Avaliación da eficacia publicitaria/P04G190V01601

Materias que se recomenda ter cursado previamente

Creatividade publicitaria/P04G190V01304

Elaboración da mensaxe publicitaria/P04G190V01401

Estratexias da comunicación publicitaria/P04G190V01402

Estruturas e actividade da axencia publicitaria/P04G190V01403

Teoría e práctica da comunicación televisiva/P04G190V01405
