

## FICHA TÉCNICA DE LA ASIGNATURA

Datos de la asignatura	
<b>Nombre completo</b>	Fundamentos de la Publicidad y de las Relaciones Públicas
<b>Código</b>	E000004238
<b>Título</b>	<a href="#">Grado en Periodismo por la Universidad Pontificia Comillas</a>
<b>Nivel</b>	Reglada Grado Europeo
<b>Cuatrimestre</b>	Semestral
<b>Créditos</b>	6,0 ECTS
<b>Carácter</b>	Básico
<b>Departamento / Área</b>	Centro de Enseñanza Superior Alberta Giménez (CESAG)
<b>Responsable</b>	Dra. Cristina Puig Alorda
<b>Horario</b>	Consúltese <a href="http://www.cesag.org">www.cesag.org</a>
<b>Horario de tutorías</b>	A determinar al inicio de curso
<b>Descriptor</b>	La asignatura se destina al conocimiento general de los procesos publicitarios y de relaciones públicas, ahondando en las definiciones y en las funciones de la publicidad y de las relaciones públicas, en las características de sus mensajes, en sus estructuras sistémicas y en su planificación estratégica

Datos del profesorado	
<b>Profesor</b>	
<b>Nombre</b>	Cristina Puig Alorda
<b>Departamento / Área</b>	Departamento de Ciencias de la Comunicación
<b>Correo electrónico</b>	<a href="mailto:cpalorda@cesag.comillas.edu">cpalorda@cesag.comillas.edu</a>

## DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

Contextualización de la asignatura
<b>Aportación al perfil profesional de la titulación</b>
Conocer los fundamentos de la actividad publicitaria y de la actividad de relaciones públicas se torna indispensable para todo estudiante de Comunicación que aspire a desarrollarse profesional y personalmente en ambos sectores, siendo éstos dos ámbitos claros de inserción laboral para periodistas.
<b>Prerequisitos</b>
No son necesarios conocimientos previos para cursar la asignatura.

Competencias - Objetivos
<b>Competencias</b>
<b>GENERALES</b>

<b>CG04</b>	Conocer el estado del mundo y de la comunicación, así como de su evolución histórica reciente y comprender sus diferentes parámetros (políticos, económicos, culturales, estéticos y religiosos)
<b>CG05</b>	Conocer las estructuras y políticas de la comunicación.
<b>CG06</b>	Desarrollar la capacidad analítica para la comprensión y el análisis de los diferentes relatos y de formatos hipertextuales.
<b>CG14</b>	Conocer la ética y la deontología del profesional de la comunicación así como su ordenamiento jurídico, tanto en lo referente a la práctica profesional como a los límites de la libertad de expresión.

## TRANSVERSALES

<b>CT02</b>	Ser capaz de analizar y construir mensajes utilizando medios de expresión iconográficos, informáticos y gráficos para llevar a cabo la función propia del comunicador
<b>CT04</b>	Observar, analizar y procesar informaciones relevantes para emitir juicios fundamentados científicamente.

## ESPECÍFICAS

<b>CE07</b>	Conocer y aplicar las principales teorías y debates sobre la publicidad, las relaciones públicas y la comunicación corporativa, sabiendo ejecutar planes de comunicación y definir y gestionar los presupuestos de comunicación para la correcta imputación de sus costes.
-------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

## Resultados de Aprendizaje

<b>RA2</b>	Analizar los diferentes relatos audiovisuales y formatos hipertextuales.
------------	--------------------------------------------------------------------------

## BLOQUES TEMÁTICOS Y CONTENIDOS

### Contenidos – Bloques Temáticos

Tema 1. Las organizaciones sociales y la comunicación corporativa en la actualidad

Tema 2. Marketing, marketing-mix y mix de comunicación

Tema 3. Publicidad: definición, estructura, agentes y planificación estratégica

Tema 4. Relaciones públicas: definición, estructura, agentes y planificación estratégica

Tema 5. Marca e imagen corporativa: historia, componentes y función

## METODOLOGÍA DOCENTE

## Aspectos metodológicos generales de la asignatura

Las actividades que componen la asignatura se dirigen a la obtención, por parte del alumno, de las competencias y resultados de aprendizaje marcados.

### Metodología Presencial: Actividades

Clases teóricas

Clases prácticas

Seminarios-talleres

Exposiciones de trabajos

Actividades de preguntas y respuestas

### Metodología No presencial: Actividades

Estudio de teoría

Preparación de trabajos y exposiciones

Preparación actividades de preguntas y respuestas

## RESUMEN HORAS DE TRABAJO DEL ALUMNO

HORAS PRESENCIALES	
Clases teóricas y clases prácticas	Seminarios, talleres y exposición de trabajos
40.00	20.00
HORAS NO PRESENCIALES	
Estudio de teoría, preparación de trabajos, preparación de actividad de evaluación	
90.00	
<b>CRÉDITOS ECTS: 6,0 (150,00 horas)</b>	

## EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

Actividades de evaluación	Criterios de evaluación	Peso
Prueba escrita para certificar el dominio de los conocimientos teóricos de la asignatura	<p>Comprender los procesos publicitarios y de relaciones públicas</p> <p>Reconocer y aplicar las técnicas de planificación estratégica de publicidad y de relaciones públicas</p> <p>Conocer y planificar los factores principales en la configuración de la imagen corporativa</p> <p>Observar, analizar y procesar informaciones</p>	50

	relevantes para emitir juicios fundamentados científicamente	
Actividades de preguntas y respuestas y trabajos y exposiciones	<p>Comprender los procesos publicitarios y de relaciones públicas</p> <p>Reconocer y aplicar las técnicas de planificación estratégica de publicidad y de relaciones públicas</p> <p>Conocer y planificar los factores principales en la configuración de la imagen corporativa</p> <p>Observar, analizar y procesar informaciones relevantes para emitir juicios fundamentados científicamente</p>	50

## Calificaciones

Para superar la asignatura, el alumno deberá aprobar cada una de las pruebas evaluativas independientes.

La calificación final de la asignatura consistirá en el resultado del cálculo de la calificación media de los dos gruesos de actividades de evaluación.

Para la prueba de evaluación en convocatoria extraordinaria se realizará una prueba escrita recuperatoria.

## PLAN DE TRABAJO Y CRONOGRAMA

Actividades	Fecha de realización	Fecha de entrega
Trabajos y exposiciones	Después de finalizar las clases teóricas de cada tema	El mismo día de realización
Prueba escrita	Consúltese <a href="http://www.cesag.org">www.cesag.org</a>	El mismo día de realización
Actividades de preguntas y respuestas	A mitad y a final de curso	El mismo día de realización

## BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS

### Bibliografía Básica

Arrufat Martín, S. (2021): *Comunicar para generar valor y marca*. Madrid: Comunicación Social Ediciones.

Castellblanque, M. (2001): *Estructura de la actividad publicitaria*. Barcelona: Paidós.

Grunig, J., Hunt, T. (2000): *Dirección de relaciones públicas*. Barcelona: Gestión 2000.

García-Uceda, M. (2008): *Las claves de la publicidad*. Madrid: ESIC.

González-Lobo, M. A. (2008): *Manual de planificación de medios*. Madrid: ESIC.

Pérez Latre, FJ. (2017): *Marcas Humanas: Fundamentos de la publicidad en el siglo XXI*. Barcelona: UOC.

Pérez Ruiz, MA (1996): *Fundamentos de las estructuras de la publicidad*. Madrid: Síntesis.

Victoria Mas, JS. (2005): *Reestructuras del sistema publicitario*. Barcelona: Ariel.

## Bibliografía Complementaria

Capriotti, P. (2013): *Planificación estratégica de la imagen corporativa*. Málaga: Instituto de Investigación en Relaciones Públicas.

Caro, M.; Elosua, M. (dirs.). (2004): *Diccionario LID Comunicación y Marketing*. Madrid: LID Editorial Empresarial.

Castillo, A. (2010): *Introducción a las relaciones públicas*. Málaga: Instituto de Investigación en Relaciones Públicas.

Costa, J. (2008): *El DirCom hoy: dirección y gestión de la comunicación en la nueva economía*. Barcelona: Costa Punto Com.

Klein, N. (2011): *No Logo*. Madrid: Booket.

Piñuel, J. L. (2010): *Teoría de la comunicación y gestión de las organizaciones*. Madrid: Síntesis.

En cumplimiento de la normativa vigente en materia de **protección de datos de carácter personal**, le informamos y recordamos que puede consultar los aspectos relativos a privacidad y protección de datos que ha aceptado en su matrícula entrando en esta web y pulsando "descargar"

[https://servicios.upcomillas.es/sedelectronica/inicio.aspx?csv=02E4557CAA66F4A81663AD10CED66792](https://servicios.upcomillas.es/sedeelectronica/inicio.aspx?csv=02E4557CAA66F4A81663AD10CED66792)