

**GUÍA DOCENTE**

**PLANIFICACIÓN PUBLICITARIA /  
ADVERTISING PLANNING**

**Planificación Publicitaria / Advertising Planning**

<b>Número total de créditos ECTS</b>		6
<b>Tipología</b>		Obligatoria / Compulsory subject
<b>Organización temporal</b>		Curso 3; Semestre 6
<b>Modalidad</b>		Presencial y Virtual / Classroom and Virtual
<b>Idioma</b>		Español e Inglés / Spanish and English
<b>Contenidos</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Introducción a la planificación de medios.</li> <li>• Los medios publicitarios offline y online.</li> <li>• Las fuentes de información para la investigación de audiencias.</li> <li>• Variables de análisis de la planificación de medios.</li> <li>• Diseño de un plan de medios.</li> </ul> <p>----</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Introduction to media planning.</li> <li>• Offline and online advertising media.</li> <li>• Sources of information for audience research.</li> <li>• Analysis variables of media planning.</li> <li>• Design of a media plan.</li> </ul>
<b>Resultados de aprendizaje TÍTULO</b>	<b>Conocimientos y contenidos</b>	CC03 Conocer las herramientas básicas de gestión de la información en el contexto empresarial y de negocio del sector del marketing y la comunicación. / To understand the basic tools for information management in the business and corporate context of marketing and communication.
	<b>Habilidades y destrezas</b>	HD08 Diseñar un plan de medios diferencial y adaptado a los objetivos publicitarios de una organización. Design a differential media plan tailored to the advertising objectives of an organization
	<b>Competencias</b>	<p>CP04 Tomar decisiones empresariales y de negocio del área del marketing y la comunicación con una perspectiva de estrategia corporativa global. / Make business decisions in the marketing and communication area with a perspective of global corporate strategy.</p> <p>CP10 Proyectar enfoques alternativos, buscar soluciones y generar valor en contextos complejos y cambiantes del marketing y la comunicación. / Project alternative approaches, seek solutions, and generate value in complex and changing marketing and communication contexts.</p> <p>CP13 Trabajar en entornos multiculturales e internacionales del marketing y la comunicación en base al reconocimiento y el respeto a la diversidad. / Work in multicultural and international marketing and communication environments based on the recognition and respect for diversity.</p> <p>CP14 Actuar en el área del marketing y la comunicación de manera honesta, ética, sostenible, socialmente responsable y respetuosa con los derechos humanos y la diversidad. / Act in the area of marketing and communication in an honest, ethical, sustainable, socially responsible, and respectful manner towards human rights and diversity.</p>

Modalidad Presencial	Actividades formativas		Horas totales	
	Clases Expositivas / Participatory learning		18	
	Seminarios / Seminars		2	
	Clases prácticas / Practical lessons		38	
	Tutorías / Tutorials		12	
	Trabajo autónomo / Autonomous work		76	
	Prueba de evaluación final / Final evaluation test		4	
	<b>Total</b>		<b>150</b>	
	Sistemas de evaluación		MÍNIMO	MÁXIMO
	Evaluación final: prueba o examen presencial / Final evaluation test		40	40
	Resolución problemas / Problem resolution		20	30
	Estudio casos - Proyectos / Case studies - projects		20	30
	Otras actividades de evaluación continua / Other continuous evaluation activities		0	10
	<b>Total</b>		<b>80</b>	<b>110</b>
	Observaciones			
Modalidad Virtual	Actividades formativas		Horas totales	
	Clases Expositivas		8	
	Seminarios		2	
	Clases prácticas		18	
	Actividades Dirigidas Asíncronas		30	
	Tutorías		12	
	Trabajo autónomo		76	
	Prueba de evaluación final		4	
	<b>Total</b>		<b>150</b>	
	Sistemas de evaluación		MÍNIMO	MÁXIMO
	Evaluación final: prueba o examen		50	50
	Resolución problemas		10	30
	Estudio casos - Proyectos		10	30
	Otras actividades de evaluación continua		0	10
	<b>Total</b>		<b>70</b>	<b>120</b>
Observaciones				