

Plan 458 GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PUBLICAS

Asignatura 42912 PUBLICIDAD INTERACTIVA

Grupo 1

Tipo de asignatura (básica, obligatoria u optativa)

Asignatura: Publicidad Interactiva

Plan de estudios: Grado en Publicidad y RR.PP.

Tipo: Optativa

Créditos ECTS: 3

Ciclo: 2º | Cuatrimestre: 2

Profesor: Javier Herrero Valle

Créditos ECTS

3

Competencias que contribuye a desarrollar

GENERALES

CG-1 Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos sobre el campo científico al que se adscribe el grado y de algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de ese campo.

CG-2 Capacidad de aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y poseer 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.

CG-4 Capacidad para transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

CG-5 Desarrollo de aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

CG-6 Desarrollo de un compromiso ético en su configuración como profesional, compromiso que debe potenciar la idea de responsabilidad social, con actitudes críticas y responsables; garantizando la igualdad efectiva de mujeres y hombres, la igualdad de oportunidades, la accesibilidad universal de las personas con discapacidad y los valores propios de una cultura de la paz y de los valores democráticos

ESPECÍFICAS

CE-1 Conocimientos fundamentales de comunicación. Conocimientos fundamentales de comunicación que sirvan de soporte para su actividad, en función de los requerimientos fijados como conocimientos disciplinares y competencias profesionales.

CE-3 Capacidad para entender e interpretar el entorno y adaptarse al cambio.

CE-5 Capacidad para la creatividad y la innovación: capacidad para evolucionar hacia lo desconocido, partiendo de un sólido conocimiento de lo actual.

PROFESIONALES

CE-9 Capacidad y habilidad para establecer el plan de comunicación: fijar los objetivos de comunicación, definir el público objetivo, plantear las estrategias y controlar el presupuesto de comunicación.

CE-10 Capacidad y habilidad para el ejercicio liberal de la profesión y la docencia: es decir, prestando asesoramiento a agencias de comunicación o a sus clientes en materias vinculadas con la comunicación en cualquiera de sus formas.

CE-13 Capacidad para definir y gestionar los presupuestos de comunicación para la correcta imputación de sus costes.

CE-14 Capacidad y habilidad para dar forma creativa al mensaje. Sus principales funciones abarcan la realización de las piezas publicitarias básicas y la supervisión de su producción definitivas.

CE-15 Capacidad y habilidad para la creación y desarrollo de elementos gráficos, imágenes, símbolos o textos.

CE-18 Capacidad y habilidad para utilizar las tecnologías y técnicas comunicativas, en los distintos medios o sistemas mediáticos combinados e interactivos (multimedia), especialmente para aplicarlas al mundo de la comunicación con especial énfasis en la creación de nuevos soportes.

TRANSVERSALES

CE-21 Capacidad de perspicacia, de ingenio y creatividad que le permita hallar soluciones eficaces a problemas inéditos.

CE-23 Capacidad de análisis, de síntesis y juicio crítico. Saber objetivar las tareas y relacionar las causas y los efectos.

CE-26 Capacidad para la gestión económica y presupuestaria en su ámbito de actividad.

CE-27 Capacidad para el análisis objetivo de la realidad y extracción de consideraciones válidas.

Objetivos/Resultados de aprendizaje

- 1.- Conocer la importancia de la publicidad digital y el contexto actual dentro del sistema publicitario actual.
- 2.- Aprender las formas de contratación de publicidad interactiva
- 3.- Conocer a los agentes que intervienen en el proceso de publicidad interactiva
- 4.- Familiarizarse con los términos y acrónimos de la publicidad y marketing digitales.
- 5.- Aprendizaje práctico para la creación de campañas de "mailing" y de tipo "search" reales.
- 6.- Conocimiento de las métricas para la investigación de la eficacia.
- 7.- Asimilación de las diferentes estructuras, dispositivos, servicios y redes que pueden intervenir en una estrategia "cross media" con soportes digitales.

Contenidos

- 1.- Historia de internet y la publicidad online/digital
- 2.- Estudios IAB / InfoAdex de publicidad Digital
- 3.- ZMOT (Momento Cero de la Verdad)
- 4.- Formatos y métricas de publicidad gráfica online
- 5.- Plataformas, aplicaciones, dispositivos y servicios online
- 6.- Mailing (Mailchimp) > Práctico (Creación base de datos / campaña)
- 7.- Search Engine Marketing (Google Adwords) > Práctico (Creación Campaña PPC)
- 8.- Marketing de contenidos
- 9.- SEO: Posicionamiento en buscadores

Principios Metodológicos/Métodos Docentes

Clases magistrales con prácticas realizadas en clase y en horas no lectivas.
Participación en presentaciones al resto de alumnos,
Creación de un glosario colaborativo en el campus virtual de términos de publicidad y marketing digital.

Criterios y sistemas de evaluación

Dos alternativas

- Evaluación continua: realización de prácticas a lo largo del curso. Algunas individuales y otras grupales. El briefing y la entrega de prácticas siempre se realizará en el campus virtual de la Uva con las especificaciones y calendarios requeridos. Si la media de las prácticas es cinco o mayor que cinco la asignatura se considera aprobada. No se podrán recuperar prácticas no entregadas en los plazos o condiciones publicadas.
- Examen: Si la nota obtenida en las prácticas es menor que cinco o no se han realizado las mismas, el alumno tiene derecho a un examen final. La fecha y hora será publicado por la universidad en soportes oficiales.

Notas:

No se podrán recuperar prácticas no entregadas en los plazos o condiciones publicadas.

Las prácticas tendrán una evaluación numérica de 0 a 10 y en otros casos Entregada / No entregada.

Si una práctica está copiada en su totalidad o parte de la de otro compañero o compañera, de internet o similar. Se suspenderá la práctica y no tendrá derecho a superar la asignatura por evaluación continua.

El número de prácticas a realizar en clase será de entre 6 y 8 prácticas aproximadamente.

Las personas que hayan aprobado en la evaluación continua y quieran presentarse a subir nota podrán hacerlo. La nota final será la nota mayor, entre la obtenida en la evaluación continua y el examen final.

Es muy recomendable que el alumno tenga acceso habitual al email corporativo de la uva o bien redirija el email al suyo personal. Se informará desde el foro de la asignatura en el campus virtual, que siempre envía email de las novedades a todos los alumnos matriculados en la asignatura.

Recursos de aprendizaje y apoyo tutorial

GOOGLE ZMOT <http://www.google.com/intl/es-419/think/collections/zero-moment-truth.html>

MAILCHIMP <http://mailchimp.com>

GOOGLE ADWORDS <https://www.es.adwords-community.com>

GUIAS ESTUDIO ADWORDS https://support.google.com/partners/topic/3204437?hl=es&ref_topic=3111012

BING ADS: <http://advertise.bingads.microsoft.com/es-xl/inicio>

FACEBOOK ADS: <https://es-es.facebook.com/advertising/>

TWITTER ADS: <https://ads.twitter.com>

YOUTUBE ADS: <https://www.youtube.com/yt/advertise/>

IAB <http://www.iabspain.net>

Calendario y horario

Según horario oficial y cronograma entregado en clase.

Tabla de Dedicación del Estudiante a la Asignatura/Plan de Trabajo

Actividades presenciales

Número de horas

Trabajo autónomo

TEORÍA EN CLASE

30

20 horas de estudio

20 horas de trabajo grupal e individual

Responsable de la docencia (recomendable que se incluya información de contacto y breve CV en el que aparezcan sus líneas de investigación y alguna publicación relevante)

Javier Herrero Valle (Segovia, 1979)

Profesor Asociado a la Facultad de Ciencias Sociales, Jurídicas y de la Comunicación de la Universidad de Valladolid.

Es Ingeniero Técnico en Informática de Gestión por la Universidad Complutense de Madrid y Licenciado en Publicidad y RR.PP. por la Universidad de Valladolid.

Email: javier.herrero@hmca.uva.es

Idioma en que se imparte

Castellano
