



Adenda Guía docente de la asignatura (2º Cuatrimestre 2019-2020)

Asignatura	PUBLICIDAD INTERACTIVA		
Materia	Funcionamiento del sistema publicitario		
Módulo			
Titulación	Grado de Publicidad y RR.PP.		
Plan	458	Código	42912
Periodo de impartición	Segundo Cuatrimestre	Tipo/Carácter	Optativa
Nivel/Ciclo	2	Curso	4º
Créditos ECTS	3		
Lengua en que se imparte	Castellana		
Profesor/es responsable/s	Raquel Sánchez Sandoval		
Datos de contacto (E-mail, teléfono...)	raquel.sanchez.sandoval@uva.es		
Departamento	Historia Moderna, Contemporánea, de América, Periodismo y Comunicación Audiovisual y Publicidad.		

4. Contenidos y/o bloques temáticos (SOLO SI HAY MODIFICACIÓN POR EL ESTADO DE ALARMA)

Bloque I - IV: "Publicidad Interactiva"

Carga de trabajo en créditos ECTS:

c. Contenidos

Los contenidos se mantendrán, pero el tema 6 se impartirá de manera transversal a través del resto del temario.

d. Métodos docentes

- Online y a distancia. Con motivo de las nuevas circunstancias, se establece un sistema excepcional de aprendizaje online para que el alumno pueda seguir con su formación y que afecte en la menor manera posible a la obtención de los objetivos establecidos en esta guía docente. Para ello, se entregará el resto del temario desde el estado de alarma por el COVID-19 a través de la plataforma online de la Universidad. Se realizarán explicaciones y aclaraciones online necesarias a través de la plataforma acordada entre profesor y alumnos para que todos



tengan la oportunidad de beneficiarse de este método de trabajo. Se atenderán, además a diario consultas y dudas a través del email del campus a modo de tutorías online.

- Prácticas: Se establece como obligatorias la realización de las mismas dado que serán objeto de evaluación y servirán para establecer la nota final que conste en el expediente del alumno/a. Se realizarán prácticas tanto individuales como grupales. En el caso de que se requiera su exposición, ésta podrá ser online o a través de videos, según lo establezca el profesor.

e. Plan de trabajo

Con el fin de actualizar el plan de trabajo obsoleto y actualizarlo en las fechas adecuadas se tendrá en cuenta este último.

Febrero: Bloque I

Contexto actual de la publicitario enfocado a la interactividad (0,5 ects)

Marzo: Principales formatos Interactivos.

Internet (0,20 ects)

Mobile (0,20 ects)

Abril: Tv Interactiva (0,20 ects)

Otros: Exterior, tabletas...(0,20 ects)

Bloque II

Social Media Manager (0,5 ects)

Publicidad programática (Impartida de forma transversal en el Bloque 1) (0,2 ects)

Mayo: Bloque III

¿Cómo destacar del resto a través de la interacción con los públicos y usuarios?
(0,5 ects)

Bloque IV

El público. (Impartida de forma transversal en el resto de bloques). (0,5 ects)

f. Evaluación

La presencia continua del alumno y a partir de la situación de alarma, también online y a distancia, es fundamental en la dinámica de la clase. En el aula, tanto presencial como virtual, estaremos debatiendo, discutiendo y viendo decenas de ejemplos actuales que ayudarán a entender los porqués de la creación publicitaria. El curso, desde el punto de vista de la evaluación continua, contará con al menos 3 prácticas con las que el alumno podrá sumar 10 puntos en total.

El alumno deberá entregar todas las prácticas para poder aprobar la asignatura.



j. Temporalización

CARGA ECTS	PERIODO PREVISTO DE DESARROLLO
1,3	FEBRERO Y MARZO. BLOQUE I
0,7	ABRIL. BLOQUE II
0,5	MAYO. BLOQUE III
0,5	MAYO. BLOQUE IV

5. Métodos docentes y principios metodológicos desde el 13.03.2020

En coherencia con la memoria de verificación de la titulación, las actividades programadas en la asignatura Publicidad Interactiva se desarrollarán recurriendo a las metodologías básicas de enseñanza y aprendizaje siguientes:

- Clases teóricas complementadas e ilustradas con ejemplos de la actividad profesional.
- Aprendizaje sobre casos basados en problemas concretos resueltos con las distintas piezas de una campaña.
- Clases online complementadas con ejemplos relativos al tema correspondiente.
- Trabajos prácticos. Estos procedimientos metodológicos máximos se concretarán en otros recursos más operativos y en otros entornos más adecuados, tales como:
 - Lecturas de libros, revistas científicas, manuales, tesis y otras fuentes de información.
 - Presentaciones de las aportaciones particulares del alumnado en el aula, online o en video.
 - Seminarios y talleres monográficos ofrecidos por ponentes del ámbito profesional.
 - Discusiones grupales, documentadas y razonadas, en el entorno del aula física y online.
- Estudios y trabajos individuales, que potencien la autonomía personal. En todo caso, y como criterio general, se aplicarán herramientas de una metodología de enseñanza-aprendizaje basada en una gestión cooperativa, significativa y experimental en el contexto teórico y práctico del adiestramiento. El entorno general de la mencionada metodología será la implementación del programa y, en paralelo, la ejecución de un Plan de Tutorías Personalizadas (PTP) tanto presencial como online y por email. Acorde a las necesidades académicas de cada alumno/a, se ofrece como una pieza axial de posibles logros a conseguir.



6. Tabla de dedicación del estudiante a la asignatura desde el 13.03.2020

ACTIVIDADES PRESENCIALES	HORAS	ACTIVIDADES NO PRESENCIALES	HORAS
Clases teórico prácticas	15	Estudio individual	15
Clases prácticas online y a distancia	15	Trabajo autónomo	15
TOTAL PRESENCIAL	30	TOTAL NO PRESENCIAL	30

7. Sistema y características de la evaluación

INSTRUMENTO/PROCEDIMIENTO	PESO EN LA NOTA FINAL	OBSERVACIONES
Convocatoria ordinaria: Evaluación continua (Entrega de las prácticas requeridas)	100%	Todos los alumnos deberán aprobar al menos 2 de las 3 prácticas requeridas. La nota final será la media de todas las prácticas que para aprobar, la media tendrá que ser igual o superior a 5. Las prácticas suspensas se podrán entregar en convocatoria extraordinaria.
Convocatoria ordinaria: Evaluación No continua. (Entrega de las prácticas requeridas)	100%	Todos los alumnos deberán entregar y aprobar todas las prácticas, al menos con un 5 para poder hacer la media y aprobar la asignatura. Las prácticas suspensas se podrán entregar en convocatoria extraordinaria.
Convocatoria extraordinaria: (Entrega de las prácticas requeridas)	100%	Todos los alumnos deberán entregar y aprobar todas las prácticas, al menos con un 5 para poder hacer la media y aprobar la asignatura. Los alumnos que se hayan presentado en ordinaria y no hayan aprobado la asignatura, tendrán que presentarse en extraordinaria, pero se les guardará las notas de las prácticas aprobadas.



CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

- **Convocatoria ordinaria:**
 - o Entrega de las prácticas solicitadas por el profesor.
 - o Puesta en práctica de los conocimientos adquiridos en clase.
 - o Saber resolver los briefing propuestos en el aula.
 - o Capacidad crítica.
 - o Conocimiento de los formatos publicitarios interactivos y el uso y las posibilidades que ofrece cada uno.
- **Convocatoria extraordinaria:**
 - o Entrega de las prácticas solicitadas por el profesor.
 - o Puesta en práctica de los conocimientos adquiridos en clase.
 - o Saber resolver los briefing propuestos en el aula.
 - o Capacidad crítica.
 - o Conocimiento de los formatos publicitarios interactivos y el uso y las posibilidades que ofrece cada uno.

8. Consideraciones finales

Se recomienda al alumno seguir la asignatura semanalmente, asistir a clase tanto presencial como online y a distancia. No dudar en ningún momento en participar cuando se requiera de su opinión o cuando considere que tiene algo interesante que aportar al profesor y al resto de sus compañeros. Esta será la mejor manera de enriquecer la dinámica en el aula presencial y virtual y de que se formen debates necesarios para que los alumnos piensen y se acostumbren a que sus aportaciones son tan importantes como las del mismo profesor.