



DATOS IDENTIFICATIVOS

Evaluación de la eficacia publicitaria

Asignatura	Evaluación de la eficacia publicitaria			
Código	P04G190V01601			
Titulación	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	3	2c
Lengua Impartición	Castellano Gallego			
Departamento	Comunicación audiovisual y publicidad			
Coordinador/a	Torres Romay, Emma			
Profesorado	Torres Romay, Emma			
Correo-e	emmatr@uvigo.es			
Web				
Descripción general	Esta materia pretende cumplimentar la formación de los alumnos y alumnas en el referido a la gestión del proceso publicitario, acercándose a la evaluación de la eficacia publicitaria como un elemento final, pero continuado, de una campaña de comunicación, teniendo siempre en cuenta las implicaciones y consecuencias de cada una de las fases del proceso en la consecución de los objetivos marcados.			

Competencias

Código	
B3	Competencia interpretativa del entorno: capacidad para analizar e interpretar el entorno económico, político, socio-cultural, tecnológico y comunicativo.
C1	Conocimiento de la evolución histórica de la comunicación publicitaria y de las relaciones públicas, así como de los aspectos industriales, socio-políticos y estéticos que inciden en sus elementos, formas y procesos
C2	Competencias socio-culturales: Conocimiento de los procesos sociopsicológicos que afectan al desarrollo de la comunicación en general, los específicos de la comunicación publicitaria y los propios de relaciones con los públicos
C9	Conocimiento de las estrategias de comunicación y su desarrollo creativo, aplicables en todo tipo de organizaciones, así como de las metodologías necesarias para su análisis, auditoría y evaluación.
C15	Capacidad para la gestión económica y presupuestaria en el ámbito de la actividad publicitaria y de las relaciones públicas.
D3	Competencias colaborativas: capacidad de adaptación a los objetivos y valores organizacionales y de trabajo en equipo

Resultados de aprendizaje

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje	
Valorar la importancia de la eficacia en el proceso de la actividad publicitaria.	C9	
Reconocer los objetivos como punto de partida en la medición de la eficacia de una campaña.	C9	D3
Interpretar y analizar el contorno socio-económico.	B3	C1
Evaluar una campaña en función de los medios y de los mensajes.	C9	D3
	C15	
Identificar e interpretar las tendencias de consumo.	B3	C2
Aplicar distintas técnicas de medición de la eficacia publicitaria.	C9	D3
Interpretar *los resultados en el proceso de evaluación de una campaña.	C9	D3
	C15	
Describir el sector publicitario e identificar sus métodos de trabajo.	C1	

Contenidos

Tema

Tema 1. Delimitación del concepto de eficacia	1.1. Antecedentes históricos del concepto. 1.2. Aproximación teórica. 1.3. Definición de eficacia publicitaria y conceptos relacionados.
Tema 2. La importancia de la eficacia en el contexto actual.	2.1. La eficacia de la publicidad en el contexto de la libre competencia. 2.2. La creatividad eficaz. 2.3. El panorama mediático actual. 2.4. Los hábitos de consumo. 2.5. El proceso de planificación estratégica y la eficacia de las campañas.
Tema 3. Técnicas basadas en el proceso publicitario.	3.1. El *copy-*testing. 3.2. Investigaciones polvos-campaña 3.3. Nuevas fórmulas (especial referencia a los medios digitales)
Tema 4. Técnicas basadas en el receptor.	4.1. Técnicas cognitivas, afectivas y de actitud. 4.2. Modelos basados en el estudio del comportamiento.

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Seminarios	10	40	50
Talleres	15	60	75
Sesión magistral	23	0	23
Pruebas de tipo test	2	0	2

*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado

Metodologías

	Descripción
Seminarios	Se organizarán seminarios destinados la atención a aspectos concretos de la materia: manejo de fuentes, conocimiento de los premios de eficacia y comprensión de las metodologías de medición empleadas por las principales consultoras y la aplicación de herramientas concretas de medición.
Talleres	Los talleres estarán dedicados a la explicación técnica de las distintas fases de los proyectos para que puedan ir organizando su trabajo.
Sesión magistral	Método expositivo. Lección magistral de los contenidos teóricos de la materia.

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Sesión magistral	Se establecerá un horario de tutorías donde los alumnos y alumnas podrán resolver sus dudas en el relativo a los contenidos de la materia.
Seminarios	La dinámica de trabajo establecida para las sesiones de práctica y seminarios parten de la atención directa a los grupos de trabajo, solventando dudas y fomentando el debate y el aprendizaje colaborativo.

Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje
Seminarios	Asistencia y aprovechamiento de las sesiones de seminario.	0	B3 C1 C2 C9 C15 D3
Talleres	Desarrollo de trabajos y proyectos específicos. Deberá ponerse en marcha trabajo en el aula pero también trabajo autónomo en grupos.	80	B3 C1 C2 C9 C15 D3
Pruebas de tipo test	Examen final sobre los contenidos de las materias.	20	B3 C1 C2 C9 C15

Otros comentarios sobre la Evaluación

NORMATIVA DE EVALUACIÓN DE LA MATERIA

CURSO 2016-2017.

1. DE LA NATURALEZA DE LA MATERIA

1.1. La materia *Evaluación de la Eficacia Publicitaria* está incluida en el plan de estudios del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas como una materia de carácter obligatorio para todos los alumnos y alumnas que pretenda conseguir el mencionado título.

1.2. Esta materia se imparte en régimen **PRESENCIAL** por lo que es deber de los estudiantes asistir a las sesiones docentes prácticas y teóricas y de seminario en el horario establecido por el centro.

2. DE LOS BAREMOS DE EVALUACIÓN DE LA MATERIA

2.1. Los sistemas de evaluación de la materia, como se explica en la guía docente de la misma, se realizan atendiendo a tres factores:

a) Superar la **parte práctica**, con la realización de las actividades programadas.

b) Superar la **parte teórica**, mediante un examen escrito que se realizará en la fecha señalada por el centro.

c) La **asistencia** y participación del alumnado en las clases teóricas y prácticas.

2.2. Para superar la **parte práctica** deberán realizarse las actividades programadas en tiempo y forma y siempre bajo supervisión docente. Dichas actividades se realizarán en **grupo** y se pondrán en marcha en las sesiones de talleres y seminarios. Estas actividades se valorarán sobre un **máximo de 8 puntos**.

2.3. Para superar la **parte teórica** los alumnos y alumnas deberán superar un examen escrito **individual** sobre los contenidos teóricos que se impartan en el aula y que están recogidos en un programa facilitado a comienzo de cada curso. Este examen se valorará sobre un **máximo de 2 puntos**.

2.4. La **asistencia** a clase es una condición obligatoria para poder ser evaluado. Aquellos alumnos o alumnas que no asistan a clases prácticas y seminarios constarán como **SUSPENSOS** en la parte práctica.

2.5. La **evaluación final** de la materia se realizará aplicando la siguiente distribución:

a) **Teoría.** Puntuación Máxima 8 puntos/ Porcentaje de la nota 80%

b) **Práctica.** Puntuación Máxima 2 puntos / Porcentaje de la nota 20%

c) **Asistencia.** No puntúa específicamente. No se hará media a aquellos alumnos y alumnas que no la cumplan.

Es requisito indispensable obtener un **mínimo de la mitad de los puntos en cada una de las partes**.

2.6. Además de los parámetros de evaluación referidos, durante todo el curso tanto en las sesiones de teoría, de práctica, como en seminarios se pondrán en marcha actividades de aula que podrán ser compensadas con **puntos adicionales** (bonus). Dichos puntos adicionales le serán sumados a la nota final del alumno o alumna en la parte práctica. Estos puntos adicionales no serán tenidos en cuenta para el cálculo referido en el apartado **2.5**.

3. DE LA PARTE PRÁCTICA

3.1. Cada una de las actividades de la parte práctica será valorada con una **puntuación** máxima que le será comunicada al alumnado antes de realizar la misma.

3.2. Todas las actividades prácticas se realizarán en las **sesiones prácticas** que están programadas en los horarios de docencia de la materia. Esto no evitará que, en algunos casos, los alumnos o alumnas tengan que cumplimentar sus trabajos fuera del aula. En cualquier caso, será labor del docente intentar que los alumnos saquen el máximo rendimiento a esas sesiones.

3.3. Cada una de las actividades de la parte práctica tendrá una asignación de **horas prácticas** que le será comunicada al alumnado antes de realizar la misma.

3.4. Todos los miembros del **grupo de prácticas** recibirán la misma calificación, excepto en aquellos casos en que un miembro del equipo se ausente de alguna sesión práctica sin causa justificada.

En el caso de tener faltas de asistencia a las prácticas se aplicará el siguiente baremo: la puntuación total conseguida por el grupo será dividida por el número de **horas prácticas** que le son asignadas a esa actividad y se multiplicarán por las horas de asistencia con las que cuente el alumno o alumna:

***Ejemplo:** La actividad X tiene una puntuación máxima de 3 puntos y deberá ser realizada en 4 sesiones prácticas (4 horas). El Grupo Y consigue 2 puntos en este trabajo. De sus cinco miembros un alumno Z faltó a 1 sesión práctica: 2 puntos divididos entre 4 sesiones = 0,5 puntos por sesión. Calificación del alumno Z = 1,5 puntos. Calificación del resto del grupo = 2 puntos.*

4. DEL CONTROL DE ASISTENCIA

4.1. El **control de asistencia** del alumnado se hará teniendo en cuenta un elemento:

a) En todas las **sesiones prácticas y de seminario** se tomará nota de los miembros de los grupos asistentes.

4.2. La intención del control de asistencia no es penalizar a los no asistentes sino premiar la constancia de los **alumnos y alumnas que asisten regularmente a clase**. Por esta razón los estudiantes que cumplan este requisito se verán eximidos de las condiciones recogidas en el apartado **2.5.** y podrán superar la materia sin tener que llegar a un mínimo de la mitad de los puntos en el examen teórico. Esta posibilidad **no será aplicable** en el caso de aquellos estudiantes que no alcancen a un mínimo de 3,5 puntos sobre 10 en el examen teórico.

4.3. Durante todo el semestre tan sólo será posible realizar **DOS justificaciones de la falta de asistencia**, que deberá ser realizada mediante la presentación del correspondiente justificante médico o laboral. La decisión de admisión del mismo dependerá del docente.

5. DE LA CONVOCATORIA DE JULIO / EXTRAORDINARIA

5.1. El **sistema de evaluación** para las convocatorias de julio y extraordinaria es exactamente igual que la de febrero/junio, es decir, le son aplicados los baremos recogidos en el apartado **2.**

5.2. Se observan las siguientes **particularidades**:

a) Los alumnos o alumnas que tengan **superada la parte práctica** en la convocatoria de junio/febrero y cuenten con la **asistencia completa** pero **suspendan el examen teórico** y como resultado, suspendan la materia tan sólo tendrán que superar el examen teórico en la convocatoria de julio de ese mismo curso académico. Si en julio no superaran la materia, en el siguiente curso académico tendrían que cumplimentar de nuevo todos los pasos del apartado **2.**

b) Los alumnos o alumnas que tengan **superada la parte práctica** en la convocatoria de junio/febrero y cuenten con la **asistencia incompleta** y **suspendan el examen teórico** y como resultado, suspendan la materia tendrán que superar el examen teórico en la convocatoria de julio de ese mismo curso académico y presentar, en el plazo establecido, el **trabajo especial de compensación de asistencia**. Si en julio no superaran la materia, en el siguiente curso académico tendrían que cumplimentar de nuevo todos los pasos del apartado **2.**

c) Los alumnos o alumnas que **suspendan o no hagan la parte práctica** en la convocatoria de junio/febrero y cuenten con la **asistencia completa** pero **suspendan el examen teórico** y como resultado, suspendan la materia tendrán que superar el examen teórico en la convocatoria de julio de ese mismo curso académico y presentar, en el plazo establecido, los trabajos correspondientes a la parte práctica de la materia. Si en julio no superaran la materia, en el siguiente curso académico tendrían que cumplimentar de nuevo todos los pasos del apartado **2.**

d) Los alumnos o alumnas que **suspendan o no hagan la parte práctica** en la convocatoria de junio/febrero y tengan la **asistencia incompleta o nula** y **suspendan el examen teórico** y como resultado, suspendan la materia tendrán que superar el examen teórico en la convocatoria de julio de ese mismo curso académico y presentar, en el plazo establecido, los trabajos correspondientes a la parte práctica de la materia y el **trabajo especial de compensación de asistencia**. Si en julio no superaran la materia, en el siguiente curso académico tendrían que cumplimentar de nuevo todos los pasos del apartado **2.**

e) Los alumnos o alumnas que **suspendan o no hagan la parte práctica** en la convocatoria de junio/febrero y tengan la **asistencia incompleta o nula** y **aprueben el examen teórico** y como resultado, suspendan la materia tendrán que presentar, en el plazo establecido, los trabajos correspondientes a la parte práctica de la materia y el **trabajo especial de compensación de asistencia**. Si en julio no superaran la materia, en el siguiente curso académico tendrían que

cumplimentar de nuevo todos los pasos del apartado 2.

5.3. Las particularidades recogidas en el apartado anterior no son modificables **BAJO NINGUNA CIRCUNSTANCIA** y se basan en los siguientes criterios básicos:

a) Las calificaciones de los **exámenes teóricos** sólo tienen validez para la convocatoria en la que se hace (febrero/junio o julio)

b) Los **trabajos prácticos**, por su naturaleza de trabajo diario, son válidos para las dos convocatorias posibles del curso académico (febrero/junio o julio). La carga de trabajo práctico grupal recogida en la programación será asumida individualmente en el caso de la convocatoria de julio.

c) Se trata de premiar a aquellas personas que demostraron **constancia** en la realización de los trabajos y en la asistencia a las clases.

6. DE LA COLABORACIÓN PROFESORADO / ALUMNADO

6.1. En todos los casos es necesario que el profesor esté **informado de las actividades que está realizando el alumno o alumna** con respecto a esta materia, especialmente en el caso de aquellos alumnos o alumnas que pretendan presentarse en la convocatoria de julio.

6.2. En el caso de los **trabajos** de la parte teórica da materia, la temática de los mismos deberá ser consensuada previamente con el docente. En **NINGÚN CASO** se admitirán trabajos realizados sin tener el visto bueno previo del profesorado. La misma circunstancia es aplicable a los **trabajos de compensación de asistencia**.

6.3. Existe un **horario de tutorías** del profesorado del que serán informados los alumnos o alumnas a comienzo del curso. En las tutorías se resolverán **dudas** sobre aspectos teóricos y prácticos de la materia pero no se podrán facilitar apuntes o realizar clases teóricas completas.

La presente normativa es aplicable a todos los alumnos y alumnas matriculados en esta materia SIN EXCEPCIÓN

Revisado. En Pontevedra, 28 de junio de 2016

Emma Torres Romay

Fuentes de información

Debe tenerse en cuenta que no existen a penas referencias específicas sobre esta materia.

MANUALES BÁSICOS SOBRE EFICACIA PUBLICITARIA

- BEERLI, A. y MARTÍ, J.D. Técnicas de medición de la eficacia publicitaria. Barcelona: Ariel, 1999.
- NAVARRO GUTIÉRREZ, C. Creatividad publicitaria eficaz. Madrid: ESIC, 2014 (4ª edición)
- SÁNCHEZ FRANCO, M.J. Eficacia publicitaria. Teoría e práctica. Madrid: McGraw-Hill, 1999.
- SORIANO, C. (dir.) Cómo evaluar su publicidad. Madrid: Díez de Santos, 1988

OTRAS OBRAS DE INTERÉS

- AYESTARÁN, R.; RANGEL, C. e SEBASTIÁN, A. Planificación estratégica y gestión de la publicidad. Madrid: ESIC, 2012.
- CUESTA, Ubaldo (Coord.) Planificación estratégica y creatividad. Madrid: ESIC, 2012
- FERNÁNDEZ GÓMEZ, David (Coord.) Aproximación a la estructura de la publicidad. Sevilla: Comunicación Social, 2005.
- MARTÍNEZ ALONSO, Rafael. El manual del estratega. Barcelona: Gestión2000, 2013
- MUÑOZ, Gemma y ELÓSEGUI, Tristán. El arte de medir. Manual de analítica web. Barcelona: Profit, 2011.

En cada uno de los temas se facilitará bibliografía específica

Recomendaciones

Asignaturas que continúan el temario

Trabajo de Fin de Grado/P04G190V01991

Asignaturas que se recomienda cursar simultáneamente

Métodos y técnicas de investigación de medios y audiencias/P04G190V01502

Planificación y gestión de medios publicitarios/P04G190V01602

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Empresa: Fundamentos de marketing/P04G190V01302

Estrategias de la comunicación publicitaria/P04G190V01402
