



## DATOS IDENTIFICATIVOS

### Evaluación de la eficacia publicitaria

Asignatura	Evaluación de la eficacia publicitaria			
Código	P04G190V01601			
Titulación	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas			
Descriptor	Creditos ECTS	Selección	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 complementar 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.	70	B3 C1 C2 C9 C15 D3
Pruebas de tipo test	Examen final sobre los contenidos de las materias.	30	B3 C1 C2 C9 C15

### Otros comentarios sobre la Evaluación

NORMATIVA DE EVALUACIÓN DE LA MATERIA CURSO 2017-2018.

#### 1. DE La NATURALEZA DE La MATERIA

**1.1.** La materia *Evaluación de la Eficacia Publicitaria* está incluida en el plan de estudios de la Grado en Publicidad y Relaciones Públicas como una materia de carácter **obligatorio** para todos los alumnos que pretenda conseguir al 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.** El sistema de evaluación de la materia, como se explica en el programa de la misma, se realiza atendiendo la tres factores:

**la)** 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 la 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 10 puntos** y suponen el 70% de la evaluación de la materia..

**2.3.** Para superar la parte **teórica** los alumnos 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 10 puntos** y supone el 30% de la evaluación de la materia.

**2.4.** La asistencia a clase es una condición obligada para poder ser evaluado. Aquellos alumnos que no asistan a las clases prácticas y de seminario constarán como **SUSPENSOS** en la parte práctica.

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

**la) Teoría.** Puntuación Máxima 10 puntos/ Porcentaje de la nota 70%

**b) Práctica.** Puntuación Máxima 10 puntos / Porcentaje de la nota 30%

**c) Asistencia.** No puntúa específicamente. No se hará promedio la 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 la sesiones de teoría, de práctica como de seminario se pondrán en marcha actividades de aula que podrán ser compensadas con **puntos adicionales** (bonus). Dichos puntos adicionales se sumarán la nota final del alumno/la en la parte práctica. Estos puntos adicionales no serán tenidos en cuenta para lo calculo 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 a misma.

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

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

**3.2.** 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 la prácticas se aplicará el siguiente baremo: la puntuación total alcanzada por el grupo será dividida por el número de horas **prácticas** que le son asignadas la esa actividad y se multiplicará por las horas de asistencia con las que conste el alumno:

**Ejemplo:** La actividad **X** tiene una puntuación máxima de 3 puntos y deberá ser realizada en 4 sesiones prácticas (4 horas). El **Grupo Y** consiguió 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.** 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 los no asistentes sino premiar la constancia de los **alumnos que existen regularmente la 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 lleguen a un mínimo de 3,5 puntos sobre 10 en el examen teórico o en la valoración de la parte práctica.

**4.3.** Durante todo el semestre tan solo 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 incluso dependerá del docente y nunca podrá realizarse más allá de una semana después de la ausencia.

## **5. DE La CONVOCATORIA DE JULIO / EXTRAORDINARIA**

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

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

**a)** Los alumnos que tengan **superada a 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 solo tendrán que superar el examen teórico en la convocatoria de julio de ese incluso curso académico. Si en julio no habían superado la materia, en el siguiente curso académico tendrían que cumplimentar de nuevo todos los pasos del apartado **2.**

**b)** Los alumnos que tengan **superada a parte práctica** en la convocatoria de febrero/junio y tengan 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 incluso curso académico y presentar, en el plazo establecido, el **trabajo especial de compensación de asistencia**. Si en julio no habían superado la materia, en el siguiente curso académico tendrían que cumplimentar de nuevo todos los pasos del apartado **2.**

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

**d)** Los alumnos que **suspendan o no hagan la parte práctica** en la convocatoria de febrero/junio tengan **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 incluso curso académico, además de presentar, en el plazo establecido, los trabajos correspondientes aparte práctica de la materia y el **trabajo especial de compensación de asistencia**. Si en julio no habían superado la materia, en el siguiente curso académico tendrían que cumplimentar de nuevo todos los pasos del apartado **2.**

**y)** Los alumnos que **suspendan o no hagan la parte práctica** en la convocatoria de febrero/junio tengan **asistencia incompleta o nula** y aprueben **el examen teórico** y, como resultado, suspendan la materia, tendrán que superar el examen teórico en la convocatoria de julio de ese incluso curso académico, además de presentar, en el plazo establecido, los trabajos correspondientes aparte práctica de la materia y el **trabajo especial de compensación de asistencia**. Si en julio no habían superado 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:

**la)** Las calificaciones de los **exámenes teóricos** solo 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, 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 aquellas personas que mostraron **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 **informando de las actividades que está realizando** el

**alumno** con respecto a esta materia, especialmente en el caso de aquellos alumnos que pretendan presentarse en la convocatoria de julio.

**6.2.** En el caso de los **trabajos** de la parte teórica de la 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 a los alumnos 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 matriculados en esta materia SIN EXCEPCIÓN

Revisado. En Pontevedra, 20 de junio de 2017.

Emma Romay Torres

---

## **Fuentes de información**

### **Bibliografía Básica**

BEERLI, A. e MARTÍ, J.D., **Técnicas de medición de la eficacia publicitaria**, Ariel, 1999

NAVARRO GUTIÉRREZ, C., **Creatividad publicitaria eficaz**, 4, ESIC, 2014

SÁNCHEZ FRANCO, M.J., **Eficacia publicitaria. Teoría y práctica**, McGraw-Hill, 1999

SORIANO, C. (dir), **Cómo evaluar su publicidad**, Díez de Santos, 1988

### **Bibliografía Complementaria**

AYESTARÁN, R.; RANGEL, C. e SEBASTIÁN, A., **Planificación estratégica y gestión de la publicidad**, ESIC, 2012

CUESTA, U. (Coord.), **Planificación estratégica y creatividad**, ESIC, 2012

FERNÁNDEZ GÓMEZ, D. (Coord.), **Aproximación a la estructura de la publicidad**, Comunicación Social, 2005

MARTÍNEZ ALONSO, R., **El manual del estratega**, Gestión 2000, 2013

MUÑOZ, G. e ELOSEGUI, T., **El arte de medir. Manual de analítica web**, Profit, 2011

---

## **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