

Guía de la asignatura

PUBLICIDAD INTERACTIVA



Grado Publicidad y RR.PP.

Introducción

Como bien sabes, estudiar en modalidad semipresencial o a distancia requiere una planificación adecuada y capacidad para administrar una parte importante de tu tiempo de trabajo de manera autónoma.

Con el fin de orientarte en el estudio eficaz de la asignatura, se ha diseñado esta guía de estudio en la que podrás encontrar la información fundamental para su desarrollo, con una secuencia organizada de: competencias, contenidos o temas, actividades, recursos, instrumentos de evaluación con las fechas de inicio y final de las mismas, así como las ponderaciones de las diferentes actividades formativas.

Presentación de la asignatura

La asignatura Publicidad Interactiva tiene como objetivo fomentar la capacidad crítica, analítica e interpretativa de la publicidad y su transformación en los diferentes ámbitos de actuación interactivos como buscadores, webs y redes sociales. Esta asignatura recoge los procedimientos teóricos y prácticos de trabajo necesarios para interpretar las condiciones profesionales del anunciante y ofrecer soluciones de comunicación eficaces para la consecución de los objetivos esperados. Se abordarán temas relacionados con los medios, formatos, planificación, estrategia y regulación de la publicidad digital.

Competencias

General - CG03. Preparación para adaptarse a los cambios tecnológicos, sociales y culturales que se producen en la sociedad, y capacidad de anticiparse a dichos cambios

General - CG05. Capacidad para discernir, desde una visión humanística, los límites de las acciones de comunicación, tomando en consideración las disposiciones de tipo legal y deontológico, y los condicionantes socio-culturales.

General - CG07. Desarrollar nuevos enfoques creativos en la elaboración tanto de la estrategia creativa como del mensaje publicitario,

General - CG08. Reconocimiento de las posibilidades y limitaciones que plantea la gestión de recursos limitados propios de todo entramado empresarial, mediante el acercamiento a la realidad profesional que permitirán las prácticas en empresas e instituciones, y en los propios laboratorios docentes.

Específica - CE03. Potenciar las capacidades expresivas de los medios, soportes y formatos publicitarios y de comunicación organizacional, tanto convencionales como digitales, para la elaboración de mensajes y campañas de comunicación.

Específica - CE04. Valorar y seleccionar los vehículos de difusión más adecuados en función de las estrategias de comunicación, tanto en medios convencionales como digitales.

Específica - CE14. Introducir a los estudiantes en las posibilidades y en el uso de la convergencia multimedia permitida por la red internet para el ejercicio profesional.

Específica - CE05. Planificar y evaluar campañas publicitarias en el ámbito de las empresas e instituciones.

Específica - CE06. Conocer las metodologías de análisis e interpretar la realidad de las organizaciones y diagnosticar sus situaciones comunicativas.

Específica - CE09. Planificar estratégicamente la comunicación organizacional en sus dimensiones interna y externa y comercial y corporativa.

Tiempo de trabajo (en horas)

BURJC DIGITAL- Asignatura en Abierto

Clases teóricas:	10	Clases prácticas:	15	Prácticas:	30
Pruebas:	5	Tutorías:	14	Actividades:	4
Preparación teoría:	72	Preparación prácticas:	20	Preparación pruebas:	10
		Total horas:	180		

Ponderación de la asignatura

Evaluación Ordinaria: La distribución y características de las pruebas de evaluación son las que se describen a continuación. Atendiendo a las características específicas de cada grupo el profesor podrá, en las primeras semanas de curso, introducir cambios que considere oportunos comunicándolo al Vicerrectorado de Ordenación Académica. Exceptuando las prácticas de laboratorio o prácticas clínicas, la suma de las actividades no revaluables no podrán superar el 50% de la nota de la asignatura y no podrán tener nota mínima. Evaluación extraordinaria: Los alumnos que no consigan superar la evaluación ordinaria, o no se hayan presentado, serán objeto de la realización de una evaluación extraordinaria para verificar la adquisición de las competencias establecidas en la guía.

Revisión de las pruebas de evaluación

Conforme a la normativa de reclamación de exámenes de la Universidad Rey Juan Carlos.

Estudiantes con discapacidad

Las adaptaciones curriculares para estudiantes con discapacidad o con necesidades educativas especiales, a fin de garantizar la igualdad de oportunidades, no discriminación, la accesibilidad universal y la mayor garantía de éxito académico serán pautadas por la Unidad de Atención a Personas con Discapacidad en virtud de la Normativa que regula el servicio de Atención a Estudiantes con Discapacidad, aprobada por Consejo de Gobierno de la Universidad Rey Juan Carlos. Será requisito imprescindible para ello la emisión de un informe de adaptaciones curriculares por parte de dicha Unidad, por lo que los estudiantes con discapacidad o necesidades educativas especiales deberán contactar con ella, a fin de analizar conjuntamente las distintas alternativas.

Conducta académica

Véase normativa de conducta académica

Temas de la Guía de Estudio

0 Presentación de la asignatura

	Inicio	Fin	Duración
	12-09-2022	18-09-2022	6

Objetivos

- Contextualizar la asignatura en el itinerario formativo del Grado
- Conocer con detalle el alcance y funcionamiento de la asignatura
- Saludar y realizar un acercamiento personal inicial a los compañeros y compañeras de la clase

Contenidos

Presentación de la asignatura

Actividades

- Videoclase de Inicio

1 LT 1/6. Fundamentos de la Publicidad Digital

	Inicio	Fin	Duración
	19-09-2022	02-10-2022	13

Objetivos

- Aproximarse a los términos de la publicidad digital, online e interactiva y distinguir sus matices y pertinencia.
- Construir una radiografía del panorama español de la publicidad digital.
- Identificar las nuevas formas de la comunicación publicitaria.
- Caracterizar el ecosistema publicitario digital (anunciantes, medios, agencias, usuarios).

Contenidos

LT 1/6. Fundamentos de la Publicidad Digital

Actividades

- Foro de dudas - LT 1/6. Fundamentos de la Publicidad Digital
- Lección interactiva 1/6 - Fundamentos de la Publicidad Digital
- Videoclase 1 - Septiembre

2 LT 2/6. Formatos de Publicidad y Marketing Online

	Inicio	Fin	Duración
	03-10-2022	16-10-2022	13

Objetivos

- Identificar las características y potencialidad publicitaria del eMail.
- Reconocer las tendencias de la comunicación viral.
- Aproximarse a las relaciones clave del marketing de afiliación en el marco de Internet.
- Diferenciar los estándares principales de los formatos publicitarios online
- Saber aplicar el conocimiento adquirido sobre eMail, viralidad y afiliación a la planificación y el desarrollo de campañas y acciones de publicidad digital.

Contenidos

LT 2/6. Formatos de Publicidad y Marketing Online

Actividades

- Foro de dudas - LT 2/6. Formatos de Publicidad y Marketing Online
- Lección interactiva 2/6 - Formatos de Publicidad y Marketing Online

3

LT 3/6. Posicionamiento y publicidad comportamental

Inicio	Fin	Duración
17-10-2022	30-10-2022	13

Objetivos

- Identificar los elementos y técnicas característicos del posicionamiento de productos y marcas en buscadores y Apps
- Reconocer las principales técnicas del SEO y saber planificar su aplicación publicitaria
- Diferenciar las variables y técnicas principales para la gestión del SEM
- Aproximarse a la naturaleza de la publicidad comportamental y controlar los elementos y variables necesarios para su planificación y aplicación eficaces

Contenidos

LT 3/6. Posicionamiento y publicidad comportamental

Actividades

- Foro de dudas - LT 3/6. Posicionamiento y publicidad comportamental
- Lección interactiva 3/6 - Posicionamiento y publicidad comportamental
- Videoclase 2- Octubre

4

LT 4/6. Mobile Marketing y formas emergentes de Publicidad

Inicio	Fin	Duración
31-10-2022	13-11-2022	13

Objetivos

- Identificar las características y potencialidad publicitaria de los dispositivos móviles
- Reconocer el valor publicitario de los nuevos formatos y tendencias de la comunicación digital
- Saber aplicar el conocimiento adquirido sobre Mobile Marketing a la planificación y el desarrollo de campañas y acciones de publicidad digital.

Contenidos

LT 4/6. Mobile Marketing y formas emergentes de Publicidad

Actividades

- Foro de dudas - LT 4/6. Mobile Marketing y formas emergentes de Publicidad
- Lección interactiva 4/6 - Mobile Marketing y formas emergentes de Publicidad

5

LT 5/6. Social Media y Publicidad

Inicio	Fin	Duración
14-11-2022	27-11-2022	13

Objetivos

- Identificar las tipologías de redes sociales según su aplicación publicitaria
- Reconocer las relaciones de los sujetos profesionales y los usuarios particulares de los medios sociales con el resto de agentes publicitarios
- Saber aplicar las herramientas de fidelización en redes sociales a objetivos publicitarios

Contenidos

LT 5/6. Social Media y Publicidad

Actividades

- Foro de dudas - LT 5/6. Social Media y Publicidad
- Lección interactiva 5/6 - Social Media y Publicidad
- Videoclase 3 - Noviembre

6

LT 6/6. Gestión de la Publicidad Digital

Inicio	Fin	Duración
28-11-2022	11-12-2022	13

Objetivos

- Identificar los elementos clave de la gestión de la publicidad digital: cookies, métricas específicas.
- Conocer la regulación jurídica y deontológica e identificarla como límites de la planificación y desarrollo de campañas
- Aproximarse al funcionamiento de los Ad Servers y diferenciar sus fases y variables principales

Contenidos

LT 6/6. Gestión de la Publicidad Digital

Actividades

- Foro de dudas - LT 6/6. Gestión de la Publicidad Digital
- Lección interactiva 6/6 - Gestión de la Publicidad Digital
- Videoclase 4 - Diciembre

7

FORO DE APORTACIONES - Estudios de caso de Publicidad Digital

	Inicio	Fin	Duración
	19-09-2022	22-12-2022	94

Objetivos

- Identificar medios, formatos, procesos, estrategias y técnicas de la publicidad digital actual
- Valorar los resultados de acciones y campañas de publicidad digital

Contenidos

FORO DE APORTACIONES - Estudios de caso de Publicidad Digital

Actividades

- Foro de dudas - FORO DE APORTACIONES - Estudios de caso de Publicidad Digital

8

Evaluación final

	Inicio	Fin	Duración
	19-09-2022	23-01-2023	126

Objetivos

- Conocer los elementos clave de la planificación de campañas de publicidad digital, para su aplicación a un proyecto real.
- Aplicar los conocimientos sobre publicidad digital a la planificación (selección y configuración estratégica) y desarrollo (aplicación y uso) de herramientas digitales en una campaña publicitaria real
- Ejercitar y aplicar las competencias de expresión oral y venta de proyectos en eventos públicos de comunicación
- Presentar de forma detallada una campaña de publicidad digital

Contenidos

Evaluación final

Actividades

- COLECTIVA. Configuración-briefing Campaña Publicidad Digital
- INDIVIDUAL. Trabajo individual para campaña de Publicidad Digital
- Prueba Teórica - Presencial Obligatoria
- COLECTIVA. Trabajo colectivo para campaña de Publicidad Interactiva

Actividades de la Guía de Estudio

1 Videoclase de Inicio

Inicio	Fin	Duración
14-09-2022	14-09-2022	1
Descripción		

Presentación de la asignatura

Ponderación	Evaluable	Modalidad
0	NO	VIRTUAL

2 Foro de dudas - LT 1/6. Fundamentos de la Publicidad Digital

Inicio	Fin	Duración
19-09-2022	02-10-2022	13
Descripción		

LT 1/6. Fundamentos de la Publicidad Digital

Ponderación	Evaluable	Modalidad
0	NO	VIRTUAL

3 Lección interactiva 1/6 - Fundamentos de la Publicidad Digital

Inicio	Fin	Duración
19-09-2022	02-10-2022	13
Descripción		

LT 1/6. Fundamentos de la Publicidad Digital

Ponderación	Evaluable	Modalidad
0	NO	VIRTUAL

4 Videoclase 1 - Septiembre

Inicio	Fin	Duración
29-09-2022	29-09-2022	1
Descripción		

Videoclase

Ponderación	Evaluable	Modalidad
0	NO	VIRTUAL

5

Foro de dudas - LT 2/6. Formatos de Publicidad y Marketing Online

Inicio	Fin	Duración
03-10-2022	16-10-2022	13
Descripción		

LT 2/6. Formatos de Publicidad y Marketing Online

Ponderación	Evaluable	Modalidad
0	NO	VIRTUAL

6

Lección interactiva 2/6 - Formatos de Publicidad y Marketing Online

Inicio	Fin	Duración
03-10-2022	16-10-2022	13
Descripción		

LT 2/6. Formatos de Publicidad y Marketing Online

Ponderación	Evaluable	Modalidad
0	NO	VIRTUAL

7

Foro de dudas - LT 3/6. Posicionamiento y publicidad comportamental

Inicio	Fin	Duración
17-10-2022	30-10-2022	13
Descripción		

LT 3/6. Posicionamiento y publicidad comportamental

Ponderación	Evaluable	Modalidad
0	NO	VIRTUAL

8

Lección interactiva 3/6 - Posicionamiento y publicidad comportamental

Inicio	Fin	Duración
17-10-2022	30-10-2022	13
Descripción		

LT 3/6. Posicionamiento y publicidad comportamental

Ponderación	Evaluable	Modalidad
0	NO	VIRTUAL

9

Videoclase 2- Octubre

Inicio	Fin	Duración
20-10-2022	20-10-2022	1
Descripción		

Videoclase

Ponderación	Evaluable	Modalidad
0	NO	VIRTUAL

10

Foro de dudas - LT 4/6. Mobile Marketing y formas emergentes de Publicidad

Inicio	Fin	Duración
31-10-2022	13-11-2022	13
Descripción		

LT 4/6. Mobile Marketing y formas emergentes de Publicidad

Ponderación	Evaluable	Modalidad
0	NO	VIRTUAL

11

Lección interactiva 4/6 - Mobile Marketing y formas emergentes de Publicidad

Inicio	Fin	Duración
31-10-2022	13-11-2022	13
Descripción		

LT 4/6. Mobile Marketing y formas emergentes de Publicidad

Ponderación	Evaluable	Modalidad
0	NO	VIRTUAL

12

Foro de dudas - LT 5/6. Social Media y Publicidad

Inicio	Fin	Duración
14-11-2022	27-11-2022	13
Descripción		

LT 5/6. Social Media y Publicidad

Ponderación	Evaluable	Modalidad
0	NO	VIRTUAL

13 Lección interactiva 5/6 - Social Media y Publicidad

Inicio	Fin	Duración
14-11-2022	27-11-2022	13
Descripción		

LT 5/6. Social Media y Publicidad

Ponderación	Evaluable	Modalidad
0	NO	VIRTUAL

14 Videoclase 3 - Noviembre

Inicio	Fin	Duración
24-11-2022	24-11-2022	1
Descripción		

Videoclase

Ponderación	Evaluable	Modalidad
0	NO	VIRTUAL

15 Foro de dudas - LT 6/6. Gestión de la Publicidad Digital

Inicio	Fin	Duración
28-11-2022	11-12-2022	13
Descripción		

LT 6/6. Gestión de la Publicidad Digital

Ponderación	Evaluable	Modalidad
0	NO	VIRTUAL

16 Lección interactiva 6/6 - Gestión de la Publicidad Digital

Inicio	Fin	Duración
28-11-2022	11-12-2022	13
Descripción		

LT 6/6. Gestión de la Publicidad Digital

Ponderación	Evaluable	Modalidad
0	NO	VIRTUAL

17

Videoclase 4 - Diciembre

Inicio	Fin	Duración
14-12-2022	14-12-2022	1

Descripción

Videoclase

Ponderación	Evaluable	Modalidad
0	NO	VIRTUAL

18

Foro de dudas - FORO DE APORTACIONES - Estudios de caso de Publicidad Digital

Inicio	Fin	Duración
19-09-2022	16-12-2022	88

Descripción

FORO DE APORTACIONES - Estudios de caso de Publicidad Digital

Evaluación

Actividad evaluable

Ponderación	Evaluable	Modalidad
10	SI	VIRTUAL

19

COLECTIVA. Configuración-briefing Campaña Publicidad Digital

Inicio	Fin	Duración
12-09-2022	10-10-2022	28

Descripción

Evaluación final - La reevaluación de esta prueba en el periodo extraordinario (junio), requerirá de la realización de forma individual, de un ejercicio de breafing completo, con la misma estructura y planteamiento que el ejercicio colectivo realizado en convocatoria ordinaria.

Evaluación

Documento entregable a través de tarea colectiva en Aula Virtual.

Ponderación	Evaluable	Modalidad
5	SI	VIRTUAL

20

INDIVIDUAL. Trabajo individual para campaña de Publicidad Digital

Inicio	Fin	Duración
11-10-2022	19-12-2022	69

Descripción

Realización de Campaña de Publicidad Interactiva, de forma individual.

Evaluación

Documento entregable a través de tarea en Aula Virtual

Evaluación final - La reevaluación de esta prueba en el periodo extraordinario (junio), requerirá de la realización de forma individual, del diseño de una campaña de publicidad completa.

Ponderación	Evaluable	Modalidad
35	SI	VIRTUAL

21

Prueba Teórica - Presencial Obligatoria

Inicio	Fin	Duración
09-01-2023	23-01-2023	14

Descripción

Prueba objetiva de conocimientos sobre el contenido de la asignatura

Evaluación

Prueba Presencial Obligatoria

Revaluable en convocatoria extraordinaria

Ponderación	Evaluable	Modalidad
40	SI	PRESENCIAL

22

COLECTIVA. Trabajo colectivo para campaña de Publicidad Interactiva

Inicio	Fin	Duración
11-10-2022	21-12-2022	71

Descripción

Campaña colectiva de Publicidad Interactiva

Evaluación

- Documento entregable a través de tarea colectiva en Aula Virtual.
- Incluye presentación oral de la campaña a través de la herramienta de videoconferencia de Aula Virtual.
- No reevaluable en convocatoria extraordinaria.

Ponderación	Evaluable	Modalidad
10	SI	VIRTUAL

Resumen de temas y actividades de la guía

Título / Actividades	Modalidad	Ponderación	Evaluable	Inicio	Fin
Presentación de la asignatura					
• Videoclase de Inicio	Virtual	No evaluable	No	14-09-2022	14-09-2022
LT 1/6. Fundamentos de la Publicidad Digital				19-09-2022	02-10-2022
• Foro de dudas - LT 1/6. Fundamentos de la Publicidad Digital	Virtual	No evaluable	No	19-09-2022	02-10-2022
• Lección interactiva 1/6 - Fundamentos de la Publicidad Digital	Virtual	No evaluable	No	19-09-2022	02-10-2022
• Videoclase 1 - Septiembre	Virtual	No evaluable	No	29-09-2022	29-09-2022
LT 2/6. Formatos de Publicidad y Marketing Online				03-10-2022	16-10-2022
• Foro de dudas - LT 2/6. Formatos de Publicidad y Marketing Online	Virtual	No evaluable	No	03-10-2022	16-10-2022
• Lección interactiva 2/6 - Formatos de Publicidad y Marketing Online	Virtual	No evaluable	No	03-10-2022	16-10-2022
LT 3/6. Posicionamiento y publicidad comportamental				17-10-2022	30-10-2022
• Foro de dudas - LT 3/6. Posicionamiento y publicidad comportamental	Virtual	No evaluable	No	17-10-2022	30-10-2022
• Lección interactiva 3/6 - Posicionamiento y publicidad comportamental	Virtual	No evaluable	No	17-10-2022	30-10-2022
• Videoclase 2- Octubre	Virtual	No evaluable	No	20-10-2022	20-10-2022

Título / Actividades	Modalidad	Ponderación	Evaluable	Inicio	Fin
LT 4/6. Mobile Marketing y formas emergentes de Publicidad				31-10-2022	13-11-2022
• Foro de dudas - LT 4/6. Mobile Marketing y formas emergentes de Publicidad	Virtual	No evaluable	No	31-10-2022	13-11-2022
• Lección interactiva 4/6 - Mobile Marketing y formas emergentes de Publicidad	Virtual	No evaluable	No	31-10-2022	13-11-2022
LT 5/6. Social Media y Publicidad				14-11-2022	27-11-2022
• Foro de dudas - LT 5/6. Social Media y Publicidad	Virtual	No evaluable	No	14-11-2022	27-11-2022
• Lección interactiva 5/6 - Social Media y Publicidad	Virtual	No evaluable	No	14-11-2022	27-11-2022
• Videoclase 3 - Noviembre	Virtual	No evaluable	No	24-11-2022	24-11-2022
LT 6/6. Gestión de la Publicidad Digital				28-11-2022	11-12-2022
• Foro de dudas - LT 6/6. Gestión de la Publicidad Digital	Virtual	No evaluable	No	28-11-2022	11-12-2022
• Lección interactiva 6/6 - Gestión de la Publicidad Digital	Virtual	No evaluable	No	28-11-2022	11-12-2022
• Videoclase 4 - Diciembre	Virtual	No evaluable	No	14-12-2022	14-12-2022
FORO DE APORTACIONES - Estudios de caso de Publicidad Digital				19-09-2022	22-12-2022
• Foro de dudas - FORO DE APORTACIONES - Estudios de caso de Publicidad Digital	Virtual	10%	Si	19-09-2022	16-12-2022

Título / Actividades	Modalidad	Ponderación	Evaluable	Inicio	Fin
Evaluación final					
• COLECTIVA. Configuración-briefing Campaña Publicidad Digital	Virtual	5%	Si	12-09-2022	10-10-2022
• INDIVIDUAL. Trabajo individual para campaña de Publicidad Digital	Virtual	35%	Si	11-10-2022	19-12-2022
• Prueba Teórica - Presencial Obligatoria	Presencial	40%	Si	09-01-2023	23-01-2023
• COLECTIVA. Trabajo colectivo para campaña de Publicidad Interactiva	Virtual	10%	Si	11-10-2022	21-12-2022

[Grupo Ciberimaginario](#) | María del Carmen Gálvez de la Cuesta |
2022/2023 | Esta obra está bajo una Licencia Atribución [-CompartirIgual](#) de Creative Commons

