

Curso académico: 2025/26

201896 - Publicidade Audiovisual

A guía docente é o documento onde se visualiza a proposta académica da UDC. Este documento é público e non se pode modificar, salvo casos excepcionais baixo a revisión do órgano competente de acordo coa normativa vixente que establece o proceso de elaboración de guías.

Información da Guía Docente

Código materia: 201896

Titulación: 10013 - Grao en Comunicación Audiovisual

Tipo: Obrigatoria

Curso: 2

Número de ECTS: 6.0

Periodo: Primeiro cuatrimestre

Idiomas:

Coordinación titulación: Ana María González Neira

Coordinación materia: Natalia Quintas Froufe

Profesorado: Natalia Quintas Froufe

1. Descrición xeral

A finalidade principal da asignatura Publicidade Audiovisual é coñecer os principios teórico-prácticos da comunicación publicitaria para afrontar a elaboración das súas mensaxes.

2. Resultados de formación e aprendizaxe (titulacións RD 822/2021) ou competencias (titulacións RD 1393/2007)

Competencias

- [CP1] Comunicar mensaxes audiovisuais
- [CP3] Xestionar proxectos audiovisuais

Competencias (titulación RD 1393/2007)

- [A01] Comunicar mensaxes audiovisuais.
- [A02] Crear produtos audiovisuais.
- [A03] Xestionar proxectos audiovisuais.
- [A06] Coñecelo sector audiovisual: a oferta e as audiencias.
- [A07] Coñecelas técnicas de creación e produción audiovisual.
- [A10] Coñecelo marco legal e deontolóxico.
- [A12] Coñecelos principais códigos da mensaxe audiovisual.
- [B09] Desenvolverse para o exercicio dunha cidadanía aberta, culta, crítica, comprometida e solidaria capaz de analizar a realidade, diagnosticar problemas, formular e imprantar solución baseadas no coñecemento e orientadas ao ben común

- **[C01]** Entender a importancia da cultura emprendedora e coñecer os medios ao alcance das persoas emprendedoras.
- **[C02]** Valorar criticamente o coñecemento, a tecnoloxía e a información dispoñible para resolver os problemas cos que deben enfrontarse.
- **[C03]** Asumir como profesional e cidadán a importancia da aprendizaxe ao longo da vida.
- **[C04]** Valorar a importancia que ten a investigación, innovación e o desenvolvemento tecnolóxico no avance socioeconómico e cultural da sociedade.

2.1. Resultados de aprendizaxe (titulacións RD 1393/2007)

Resultados de aprendizaxe	Competencias / Resultados do título		
- Crear mensaxes de carácter publicitaria, especialmente no que se refire a produtos audiovisuais	A2 A3 A7	B9	C1
- Coñecer a historia da publicidade	A6	B9	C3
- Coñecer e desenvolver as diferentes técnicas de creatividade	A12	B9	C2 C4
- Coñecer os límites legais da actividade publicitaria	A10	B9	C3
- Saber elaborar unha mensaxe publicitaria de forma autónoma	A1 A2 A7	B9	C1 C2

3. Contidos

Unidade de contido	Descrición	Resultados de formación e de aprendizaxe / competencias	Metodoloxías docentes e actividades formativas	Sistemas de avaliación
Tema	Unidade Didáctica 1. A publicidade: conceptualización teórica: a) Definición da publicidade b) Síntese histórica da publicidade c) Os medios e soportes publicitarios d) A nova publicidade: a introducción da IA			
Tema	Unidade Didáctica 2. Técnicas de creatividade publicitaria: a) Definición de creatividade b) O proceso creativo: técnicas e métodos c) Certames de creatividade publicitaria			
Tema	Unidade Didáctica 3. Estratexias publicitarias e creación de campañas: a) Análise previa á campaña, os obxectivos publicitarios e o briefing b) O público obxectivo c) A estratexia de contido, creativa e medios d) Avaliación da eficacia			
Tema	Unidade Didáctica 4. Estrutura do mercado publicitario e as axencias de publicidade: a) O anunciante b) As empresas e axencias de publicidade c) O investimento publicitario			
Tema	Unidade Didáctica 5. Os límites da publicidade: a) Marco xurídico da publicidade			

Unidade de contido	Descrición	Resultados de formación e de aprendizaxe / competencias	Metodoloxías docentes e actividades formativas	Sistemas de avaliación
	b) Autorregulación			

4. Metodoloxías docentes e actividades formativas

Modalidade Presencial					
Metodoloxía	Descrición	Horas lectivas presenciais	Horas lectivas virtuais	Horas de traballo autónomo	Resultados de formación e de aprendizaxe / competencias
Atención personalizada [MAG00]	Nos obradorios os/as alumnos/as recibirán atención personalizada para levar a cabo os traballos requeridos en cada un deles. Os/as alumnos/as recibirán tamén atención personalizada a través das seguintes ferramentas: - Correo electrónico: según as demandas do alumnado - Campus Virtual: semanalmente e segundo a necesidade do alumnado. - Microsoft Teams: segundo a necesidade do alumnado.	1,00	0,00	0,00	A01, A06, B09, C01, C02, C03.
Lecturas [MAG13]	Son un conxunto de textos e documentación escrita que se recolleron e editaron como fonte de profundización nos contidos traballados.	1,00	0,00	3,00	A06, A12.
Obradoiro [MAG16]	Modalidade formativa orientada á aplicación de aprendizaxes na que se poden combinar diversas metodoloxías/probas (exposicións, simulacións, debates, solución de problemas, prácticas guiadas, etc) a través da que o alumnado desenvolve tarefas eminentemente prácticas sobre un tema específico, co apoio e supervisión do profesorado.	29,00	0,00	29,00	A01, A02, A03, C01, C02.
Sesión maxistral [MAG39]	Exposición oral complementada co uso de medios audiovisuais e a introdución de algunhas preguntas dirixidas aos estudantes, coa finalidade de transmitir coñecementos e facilitar a aprendizaxe.	29,00	0,00	58,00	A06, A07, A10, A12, C03, C04.
Suma de horas por tipo		60,00	0,00	90,00	
Horas totais				150,00	

5. Avaliación

Modalidade Presencial			
Sistema de avaliación	Descrición	Ponderación (%)	Resultados de formación e de aprendizaxe / competencias
Obradoiro [SEG16]	A avaliación do obradoiro realizarase a través da entrega de traballos prácticos tutelados pola docente que suporá o 70% da cualificación final.	70,00	A01, A02, A03, C01, C02.

Sistema de avaliación	Descrición	Ponderación (%)	Resultados de formación e de aprendizaxe / competencias
Sesión maxistral [SEG39]	A avaliación da sesión maxistral realizarase a través dun exame teórico-práctico que suporá ó 30% da cualificación final.	30,00	A06, A07, A10, A12, C03, C04.
Total (%)		100,00	

Todos os aspectos relacionados con dispensa académica, dedicación ao estudo, permanencia e fraude académica rexeranse de acordo coa [normativa académica](#) vixente na UDC.

5.1. Primeira oportunidade

- A **avaliación dos obradoiros** realizarase a través da entrega de traballos prácticos tutelados pola docente que suporá o 70% da cualificación final. Istes traballos deberán ser entregados na data e forma indicada pola docente para poder ser avaliados.
- A copia de fragmentos de textos sen citar a autoría da fonte significará a non valoración dos exercicios.
- A **avaliación da sesión maxistral** realizarase a través dun exame teórico-práctico que suporá ó 30% da cualificación final.
- Será necesario alcanzar o valor medio de cada una das partes para aprobar a asignatura, para iso será obrigatorio superar o exame final (cunha cualificación mínima de 1,5 puntos) e os exercicios prácticos (cunha cualificación mínima de 3,5 puntos).

- En termos xerais, en todos os exercicios prácticos valorarase a capacidade de expresión, análise e síntese; a capacidade crítica, analítica e reflexiva; a redacción, o estilo e a corrección gramatical e ortográfica, así como o coidado formal na presentación dos exercicios.

- Ortografía: as posibles faltas de ortografía no examen e traballos poderán supoñer a non valoración destes.
- Todos os aspectos relacionados con "dedicación ao estudo", "permanencia" e "fraude académica" rexeranse de acordo coa normativa académica vixente da UDC.

5.2. Segunda oportunidade

- A **avaliación dos obradoiros** realizarase a través da entrega de traballos prácticos tutelados pola docente que suporá o 70% da cualificación final. Istes traballos deberán ser entregados na data e forma indicada pola docente para poder ser avaliados.
- A copia de fragmentos de textos sen citar a autoría da fonte significará a non valoración dos exercicios.
- A **avaliación da sesión maxistral** realizarase a través dun exame teórico-práctico que suporá ó 30% da cualificación final.
- Será necesario alcanzar o valor medio de cada una das partes para aprobar a asignatura, para iso será obrigatorio superar o exame final (cunha cualificación mínima de 1,5 puntos) e os exercicios prácticos (cunha cualificación mínima de 3,5 puntos).

- En termos xerais, en todos os exercicios prácticos valorarase a capacidade de expresión, análise e síntese; a capacidade crítica, analítica e reflexiva; a redacción, o estilo e a corrección gramatical e ortográfica, así como o coidado formal na presentación dos exercicios.

- Ortografía: as posibles faltas de ortografía no examen e traballos poderán supoñer a non valoración destes.
- Todos os aspectos relacionados con "dedicación ao estudo", "permanencia" e "fraude académica" rexeranse de acordo coa normativa académica vixente da UDC.

5.3. Oportunidade adiantada

- Os criterios de avaliación serán os mesmos que en convocatorias anteriores.

5.4. Dispensa académica

- O estudiantado debe poñerse en contacto por correo electrónico tan pronto como lle sexa comunicada a concesión de dispensaa académica.

- As actividades dispensables serán as desenvolvidas durante os seminarios.

6. Bibliografía recomendada

Bibliografía Básica

- Bassat, Luis. (2020). El Libro rojo de la publicidad (ideas que mueven montañas). DeBolsillo, Ed. act.. Libro. [\[URL\]](#)
- Eguizábal, Raúl, 1955- (1998). Historia de la publicidad. Eresma & Celeste Ediciones, 1ª ed. ed. Eresma 1998, 2ª ed. 2011. Libro. [\[URL\]](#)
- Eguizábal, Raúl, 1955-, LeBUC (2010). Industrias de la conciencia: una historia social de la publicidad en España (1975-2009). Ediciones Península. Libro. [\[URL\]](#)
- García Uceda, Mariola. (2011). Las claves de la publicidad. ESIC, 7ª ed.. Libro. [\[URL\]](#)
- Gomez Nieto, Begoña (2017). Fundamentos de la publicidad. ESIC. Libro. [\[URL\]](#)
- Hernández Martínez, Caridad. (2004). Manual de creatividad publicitaria. Síntesis. Libro. [\[URL\]](#)
- Moliné, Marçal. (2000). La fuerza de la publicidad saber hacer buena publicidad, saber administrar su fuerza.. Universidad Antonio Nebrija; McGraw-Hill. Libro. [\[URL\]](#)
- Papí Gálvez, Natalia (2017). Investigación y planificación de medios publicitarios. Síntesis. Libro. [\[URL\]](#)
- Pérez-Latre, Francisco Javier, 1966- (2024). Marcas humanas: fundamentos de la publicidad en el siglo XXI (nueva edición revisada y ampliada). Editorial UOC, 2ª edición en lengua española. Libro. [\[URL\]](#)

Bibliografía Complementaria

- Barahona Navarro, Nuria. (2016). Creatividad publicitaria, ¿cómo juzgarla?. Editorial UOC, 1st ed.. Libro. [\[URL\]](#)
- Castelló Martínez, Araceli, 1981-, Pino, Cristina del. (2019). De la publicidad a la comunicación persuasiva integrada estrategia y empatía. ESIC. Libro. [\[URL\]](#)
- Farran Teixido, Eduard, author., Holemans, Carlos, writer of foreword. (2016). Desde la trinchera : manual de supervivencia en creatividad publicitaria. Editorial UOC. Libro. [\[URL\]](#)
- Feliú García, Emilio., Universitat d'Alacant, ed. (1984). Los lenguajes de la publicidad. Universidad. Libro. [\[URL\]](#)
- García García, Francisco, coord. (2018). Creatividad en publicidad : del impacto al comparto. Dykinson. Libro. [\[URL\]](#)
- Medina, Agustín. (2019). Introducción a la publicidad. Pirámide, 2ª ed.. Libro. [\[URL\]](#)
- Miguel San Emeterio, Begoña, coord.; Toledano Cuevas-Mons, Fernando, coord.; Perlado Lamo de Espinosa, Marta, coord. (2017). El creativo publicitario en la era digital : nuevos roles y destrezas profesionales. Síntesis. Libro. [\[URL\]](#)
- Muela Molina, Clara. (2018). Manual de estrategias creativas en publicidad. Pirámide. Libro. [\[URL\]](#)
- Pellicer Jordá, María Teresa (2019). Sobrevivir a la publicidad desde una perspectiva ética. UOC. Libro. [\[URL\]](#)
- Segarra, Toni, prologuista; Rubio-Hernández, María del Mar, coordinador; Fernández Gómez, Jorge David, coordinador (2019). Géneros narrativos audiovisuales en publicidad. Tecnos. Libro. [\[URL\]](#)
- Solana, Daniel. (2012). Postpublicidad : reflexiones sobre una nueva cultura publicitaria en la era digital. Double You, 2ª ed., 4ª ed. [reimp.]. Libro. [\[URL\]](#)
- Torrejón, David (2022). Toni Segarra y la publicidad : conversaciones con David Torrejón. Advook. Libro. [\[URL\]](#)

7. Recomendacións

- O estudiantado deberá consultar semanalmente o campus virtual da materia.
- Durante o cuatrimestre a docente pode incorporar novos manuais á bibliografía.
- Nesta materia desenvolveranse actividades relacionadas coas liñas de innovación docente ás que se adscribe o grupo de innovación docente GIDCOM