

## Asignatura

Nombre Asignatura	Economía Aplicada a la Publicidad y las Relaciones Públicas
Código	100322002
Créditos ECTS	6.0

## Plan/es donde se imparte

Titulación	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas (Plan 2022)
Carácter	BÁSICA
Curso	1

## Profesores

Nombre	María Piedad Oregui Navarrete
--------	-------------------------------

## Datos Generales

### ➤ CONOCIMIENTOS RECOMENDADOS

No se requieren conocimientos previos.

### ➤ OBJETIVOS TEÓRICOS

Estudio de procesos por los cuales cada sociedad busca el bienestar material de sus individuos; la producción, como actividad mediante la cual los bienes naturales se transforman para servir a las necesidades humanas; el crecimiento, como proceso que permite aumentar en el tiempo la cantidad y calidad de los bienes y la distribución de lo producido, entre quienes han contribuido en el proceso. El valor aportado por la publicidad y las relaciones públicas a los productos y servicios.

Interpretar los conceptos a nivel microeconómico tales como mercado, eficiencia, equilibrio; y desde el campo de la macroeconomía, comprender los fenómenos que afectan al conjunto de la economía entre los que se encuentran la inflación, el desempleo y el crecimiento económico.

### ➤ OBJETIVOS PRÁCTICOS

En las clases prácticas, el estudiante deberá observar problemas relacionadas con la materia, identificarlos, informar y debatir sobre ellos, tratando de proponer soluciones. Esta práctica habituará al estudiante a la observación y el análisis crítico.

Entre otras cosas, el alumno será capaz de transmitir, explicar y comunicar noticias económicas, actuales o históricas, así como temas relacionados con la introducción de nuevos productos en el mercado. También sabrá analizar el comportamiento de las fluctuaciones en la demanda y en la oferta y valorar las consecuencias que puedan tener la adopción de determinadas políticas económicas en la situación general del país.

### ➤ COMPETENCIAS QUE SE DESARROLLAN

#### **Competencias Básicas:**

**CB1** Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel

que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.

**CB2** Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.

**CB3** Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.

**CB4** Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

**CB5** Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

### **Competencias generales**

CG1 - Valorar la historia y evolución de la publicidad y las relaciones públicas a través de sus soportes y propuestas estéticas, artísticas e industriales, además de su relevancia social y cultural a lo largo del tiempo.

CG2 Entender la estructura de los medios publicitarios y de las relaciones públicas: sus características, tipologías y problemáticas.

CG3 - Comprender los procesos de relación entre los sujetos de las actividades comerciales, publicitarias y de las relaciones públicas.

CG4 - Analizar los fundamentos conceptuales de la dirección estratégica aplicados a la comunicación publicitaria.

CG5 Comprender los medios de comunicación social tradicionales y el nuevo ecosistema digital como referente para el desarrollo de la comunicación social persuasiva.

### **Competencias específicas:**

CE1 - Aplicar las técnicas de comunicación, expresión oral y escrita, en especial las utilizadas en la gestión publicitaria y en la comunicación empresarial e institucional.

CE2 - Seleccionar los soportes y medios adecuados para la planificación de programas, campañas y acciones de publicidad y relaciones públicas.

CE3 - Implementar los procesos de creación, diseño, elaboración y producción de los mensajes de comunicación publicitaria.

CE4 Manejar los elementos, formas y procesos de los lenguajes publicitarios, de relaciones públicas y de otras formas de comunicación.

CE5 - Utilizar los mecanismos y procesos encaminados a la realización de mensajes publicitarios, y de mensajes de relaciones públicas en los distintos soportes y medios de comunicación.

CE7 - Gestionar las áreas funcionales de la comunicación publicitaria y de las relaciones públicas.

CE8 Elaborar el análisis económico y social de las empresas de publicidad y de relaciones públicas.

CE10 - Elaborar el plan de comunicación: fijar los objetivos de comunicación, definir el público objetivo, plantear las estrategias, y determinar, definir y controlar los presupuestos de comunicación publicitaria y de relaciones públicas

CE11 - Utilizar las tecnologías y técnicas comunicativas, en los distintos medios y soportes convencionales y no convencionales, combinados e interactivos (multimedia), especialmente para aplicarlas al mundo de la comunicación, y en la creación de nuevos soportes.

CE12 - Gestionar los activos intangibles de la empresa, añadiendo valor a sus productos y servicios y reforzando la reputación de esta.

CE13 - Definir e implementar una política de gestión de la información y documentación en una empresa publicitaria y de las relaciones.

CE14 - Analizar los procesos psicológicos básicos, sociológicos, psicosociales, cognitivos y emocionales de la comunicación y persuasión.

CE15 - Gestionar la publicidad y las relaciones públicas en el actual entorno digital y estar preparados para los nuevos avances tecnológicos que se puedan desarrollar.

CE17 Aplicar el conocimiento del entorno económico a la gestión publicitaria y de las relaciones públicas.

CE19 - Diseñar una campaña publicitaria utilizando las herramientas informáticas específicas para cada soporte.

CE20 - Comprender la historia del mundo actual, de la literatura universal, de la publicidad y las relaciones públicas, de la sociología, de la cultura, de la ciencia política y del pensamiento político para proyectar estos conocimientos en los trabajos publicitarios.

### **Competencias Transversales**

CT1 - Desarrollar el pensamiento crítico propio del espíritu universitario, así como la capacidad de analizar, argumentar e interpretar datos relevantes y complejos para poder integrarlos de manera sólida y solvente en la toma de decisiones.

CT2 - Utilizar con rigor y precisión el lenguaje oral y escrito, siendo capaz de transmitir información a un público tanto especializado como no especializado, teniendo en cuenta los diferentes contextos.

CT3 - Desarrollar las actitudes necesarias para el trabajo cooperativo y la participación en equipos,

incorporando aquellos valores que representan el esfuerzo, la generosidad y el respeto, junto con el compromiso para realizar un trabajo de calidad, que tiene la búsqueda de la verdad como horizonte.

CT4 - Aplicar los conocimientos a la práctica. Saber utilizar los conocimientos adquiridos en la consecución de un objetivo concreto, por ejemplo, la resolución de un ejercicio o la discusión de un caso práctico.

CT5 - Desarrollar una conciencia de la inviolabilidad de los Derechos Humanos, basada en el respeto a la dignidad de la persona que fomenta la responsabilidad social, la solidaridad, la sostenibilidad ambiental, la no discriminación y la búsqueda del bien común como servicio a la sociedad.

## ➤ **CONTENIDO DEL PROGRAMA**

**LECTURA OBLIGATORIA:** A lo largo de este curso, los alumnos leerán de forma obligatoria el libro de George Orwell: *Rebelión en la granja*

El libro servirá de base para establecer en clase un debate en profundidad sobre la situación económica actual tanto a nivel nacional como internacional, teniendo en cuenta los distintos sistemas económicos aplicables. Además, los alumnos tendrán que realizar un comentario/práctica/examen sobre el mismo. Es ésta una actividad evaluable.

### **MATERIA:**

#### **BLOQUE 1: Macroeconomía:**

Tema 1: Economía: Introducción. Conceptos De Equidad y Eficiencia. Macroeconomía y Microeconomía. Economía Positiva y Normativa.

Tema 2: Actividad Económica. El Producto Interior Bruto (PIB). Componentes. Efecto de las distintas Políticas Fiscales o de las distintas variables económicas sobre el crecimiento económico. PIB Real y PIB Nominal. PNB. Renta Personal. Situación actual vinculada a la crisis del Covid-19 y a la Guerra en Ucrania (inflación, costes energéticos, costes de materias primas...).

Tema 3: La Inflación. Distinción entre IPC General e IPC Armonizado. Diferencia entre Interés Real e Interés Nominal. Diferencia entre Coste Real y Coste Nominal.

Tema 4: El Dinero. Creación de Dinero. Regulación. Efectos de la Política Monetaria. El Paro: Causas y efectos. Tipos.

#### **BLOQUE 2: Microeconomía:**

Tema 1: La Conducta de los consumidores. La Demanda de bienes y servicios. Factores determinantes de la Demanda. Impacto de la Publicidad y las Relaciones Públicas en la Demanda de bienes y servicios.

Tema 2: La Elasticidad de la Demanda. Impacto de la Elasticidad en los ingresos de las Empresas.

Tema 3: Costes e Ingresos. Análisis de la situación de pérdidas en las empresas. Tipos De Mercados.

### ➤ ACTIVIDADES FORMATIVAS

Actividades formativas		
Denominación	Nº horas	% Presencialidad
Af1 Clase magistral: presentación de los conceptos teóricos asociados a los conocimientos científicos de la materia por parte del profesor con participación o no del estudiante.	500	100
Af2 Clase práctica: clases experimentales donde el estudiante aplica conocimientos teóricos aprendidos (estudios de casos, problemas, prácticas de laboratorio, simulaciones, herramientas informáticas, etc.).	350	100
Af3 Trabajos (individuales o grupales): Elaboración de trabajos, individual o en grupo, cuyo resultado final puede ser una memoria, una exposición oral, un informe, etc. Porcentaje de presencialidad: 50%.	200	50
Af4 Tutorías (individuales o grupales): reuniones concertadas con el profesor por los estudiantes, de manera individual o en pequeños grupos, que permite dirigir el aprendizaje de manera personalizada. Incluye resolución de dudas, dirección de trabajos, preparación de exposiciones, etc.	50	60
Af5 Estudio independiente y trabajo autónomo del estudiante: tiempo de estudio por parte del estudiante de los contenidos de las materias y tareas de búsqueda de información, análisis, elaboración de documentos, etc.	380	0
Af6 Pruebas de evaluación: pruebas escritas, orales, prácticas, trabajos, etc. que permiten analizar los resultados de aprendizaje de los estudiantes. Porcentaje de presencialidad: 100%.	20	100

El objetivo es que el alumno disponga de los conocimientos suficientes para analizar desde un punto de vista crítico su entorno económico.

En las clases teóricas se expondrán los objetivos principales de cada tema y se desarrollarán los contenidos con detalle y claridad para la comprensión y asimilación de los conocimientos.

En las clases prácticas, el estudiante deberá observar problemas relacionadas con la materia, identificarlos, informar y debatir sobre ellos, tratando de proponer soluciones. Esta práctica habituará al estudiante a la observación y el análisis crítico.

Entre otras cosas, el alumno será capaz de transmitir, explicar y comunicar noticias económicas, actuales o históricas, así como temas relacionados con la introducción de nuevos productos en el mercado. También sabrá analizar el comportamiento de las fluctuaciones en la demanda y en la oferta y valorar las consecuencias que puedan tener la adopción de determinadas políticas económicas en la situación general del país.

## ➤ CRITERIOS Y MÉTODOS DE EVALUACIÓN

### PRECISIONES IMPORTANTES:

**1. EVALUACIÓN CONTINUA:** El sistema de Evaluación es continuo, donde la asistencia a clase es obligatoria.

### 2. PRUEBAS EVALUABLES:

#### CONVOCATORIA ORDINARIA:

1. A lo largo de este curso, los alumnos leerán de forma obligatoria el libro de George Orwell: *Rebelión en la granja*.

El libro servirá de base para establecer en clase un debate en profundidad sobre los distintos sistemas económicos y la actual situación de la economía global tras la Covid-19 y muy especialmente de la derivada tras el inicio de la guerra en Ucrania, con fuertes repercusiones en temas como inflación, tipos de interés, crecimiento económico... Además, los alumnos tendrán que realizar un comentario/práctica/ examen sobre el mismo.

Es ésta una actividad evaluable: 20% de la nota final. Si se aprueba se libera esta parte tanto en la Convocatoria Ordinaria como Extraordinaria. Si se suspende, deberá repetirse en ambas convocatorias y mantendrá su peso específico en la nota final, ya sea en Convocatoria Ordinaria como Extraordinaria.

2. Examen tipo test y cuestiones breves/comentario práctico sobre los temas vinculados a la Macroeconomía: 25% de la nota final. Si se obtiene más de un 5 se libera esta parte del programa de cara al examen final de la Convocatoria Ordinaria. Si se obtiene menos de un 5, habrá que repetirlo en el Examen final de la Convocatoria Ordinaria. En la Convocatoria Extraordinaria no tiene ningún valor, ya se haya sacado más de un 5 o no: habrá que hacer el examen sobre la totalidad del programa.

3. Examen tipo test y cuestiones breves/comentario práctico sobre los temas vinculados a la

Microeconomía: 25% de la nota final. Si se obtiene más de un 5 se libera esta parte del programa de cara al examen final de la Convocatoria Ordinaria. Si se obtiene menos de un 5, habrá que repetirlo en el Examen final de la Convocatoria Ordinaria. En la Convocatoria Extraordinaria no tiene ningún valor, ya se haya sacado más de un 5 o no: habrá que hacer el examen sobre la totalidad del programa.

4. Trabajo individual o grupal con su correspondiente exposición oral sobre algún tema de relevancia económica con especial atención a la Publicidad y Relaciones Públicas. 20% de la nota final.

5. Asistencia y participación en clase: 10% de la nota final.

Total evaluación continua: en función de la situación y evolución de cada alumno puede oscilar entre el 0% y hasta el 100%.

4. Examen final Convocatoria Ordinaria: Examen tipo test y cuestiones breves/comentario práctico sobre todo o parte del temario de la asignatura según la situación y evolución de cada alumno. Máximo porcentaje de ponderación: 50% y habrá que obtener en este examen un mínimo de 4 puntos sobre 10 para poder sumar las notas anteriores correspondientes al resto de procesos evaluables realizados a lo largo del curso.

A los estudiantes se les ofrecerá información precisa y objetiva sobre el momento de cada prueba así como su correspondiente calificación, de manera que puedan conocer su evolución en esta materia.

### **CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA**

Examen extraordinario: 60% (siendo necesario tener una nota mínima de un 4). Se hará siempre, sin excepciones y al margen de la nota obtenida en los exámenes de Macroeconomía y Microeconomía de la Convocatoria Ordinaria, sobre la totalidad del programa. Se mantienen las notas, cada una de ellas con una ponderación del 20%, del libro Rebelión en la granja (a repetir en caso de haberlo suspendido) y las del Trabajo/defensa Oral (igualmente a repetir en caso de estar suspenso).

### **ALUMNOS A PARTIR DE LA 2ª MATRÍCULA**

#### **Convocatoria Ordinaria y Extraordinaria**

En el caso de los alumnos de 2ª matrícula y sucesivas, el criterio de asistencia y participación se suprime, lo mismo que la realización de un trabajo/presentación oral. El peso relativo asignado a estos conceptos será traspasado al peso asignado al examen. Este criterio se aplicará a las convocatorias ordinaria y extraordinaria. Por tanto, el examen final sobre la totalidad del programa tendrá una valoración del 80% y el del libro, un 20%.

El alumno podrá, si lo desea y con el objetivo de facilitarle el seguimiento de la asignatura, presentarse a los exámenes que se realicen en el semestre presencial siguiendo los criterios explicados en la Convocatoria Ordinaria. Para acceder a esta posibilidad es imprescindible que el alumno lo ponga en conocimiento del profesor al iniciar el semestre.

### **ALUMNOS NP (No presentados)**



Se considera un alumno presentado si, al menos, ha sido calificado en el 30% de la evaluación continua. Es decir para ser NP, además de no examinarse del examen final ha de tener menos del 30% de la evaluación continua evaluada.

### **TRATAMIENTO DE LA REDACCIÓN Y LAS FALTAS DE ORTOGRAFÍA**

La corrección en la expresión escrita es una condición esencial del trabajo universitario. En todos los trabajos y exámenes se aplicará la siguiente norma:

Se valorará la capacidad de redacción, manifestada en la exposición ordenada de las ideas, el correcto engarce sintáctico, la riqueza léxica y la matización expresiva.

La ortografía será juzgada en su totalidad: letras, tildes y signos de puntuación. Hechas estas consideraciones generales, se establecen las normas siguientes:

i. Por cada falta de ortografía, incluidas las tildes, se deducirá medio punto de la calificación del ejercicio hasta un máximo de 2 puntos teniendo en cuenta que, si se cometen 4 faltas de ortografía o más en el conjunto de la prueba, o se detecten graves problemas de expresión o de redacción, el trabajo o examen en cuestión será considerado suspenso quedando a criterio del profesor si esta nota puede posteriormente ser recuperada, así como los requisitos necesarios para que esto ocurra.

ii. Cuando se repita la misma falta de ortografía, se contará como una sola.

### **» BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS BÁSICOS**

APUNTES Y EJERCICIOS DE CLASE.

REBELIÓN EN LA GRANJA. GEORGE ORWELL. (DISTINTAS EDICIONES).

50 COSAS QUE HAY QUE SABER SOBRE ECONOMÍA. EDMUND CONWAY , ARIEL, 2010

INTRODUCCIÓN A LA ECONOMÍA: MANKIW, N.G. EDITORIAL: MC GRAW HILL.

INTRODUCCIÓN A LA ECONOMÍA. TEORÍA Y CUESTIONES. TERESA CASTAÑO. JAVIER CURIEL. CARLOS DE LAS HERAS. EDITORIAL LISMA.

LIBRO DE PROBLEMAS. PRINCIPIOS DE ECONOMÍA. FRANCISCO MOCHÓN. BORJA GARCÍA ALARCÓN. ASUNCIÓN MOCHÓN. EDITORIAL. MC GRAW HILL

LIBRO DE PROBLEMAS. PRINCIPIOS DE ECONOMÍA. FRANCISCO MOCHÓN. BORJA GARCÍA-ALARCÓN. ASUNCIÓN MOCHÓN.

### **» HORARIO, TUTORÍAS Y CALENDARIO DE EXÁMENES**

Se ofrecerá apoyo y asesoramiento personalizado para abordar cualquiera de las tareas encomendadas en la asignatura.

Las tutorías personalizadas se llevarán a cabo en una clase exclusiva para ello. Tendrán lugar tras los correspondientes exámenes de Macroeconomía y Microeconomía, respectivamente. En ellas, se comentará con el alumno la marcha de su evaluación continua, el resultado de sus exámenes y la manera de abordar la asignatura para completarla con éxito.

TODA LA INFORMACIÓN ACTUALIZADA SE PODRÁ ENCONTRAR EN EL CAMPUS VIRTUAL DEL ALUMNO

### ➤ **PUBLICACIÓN Y REVISIÓN DE LA GUÍA DOCENTE**

Esta Guía Docente se ha elaborado de acuerdo a la memoria verificada de la titulación.