

Ficha Técnica

Titulación:	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas		
Plan BOE:	BOE número 108 de 6 de mayo de 2015		
Asignatura:	Empresa publicitaria y Relaciones Públicas		
Módulo:	Teoría, Estructura y Organización Publicitaria y de las Relaciones Públicas		
Curso:	2º	Créditos ECTS:	6
Tipo de asignatura:	Obligatoria	Tipo de formación:	Teórica

Presentación

La asignatura Empresa Publicitaria y de las Relaciones Públicas ofrece al estudiante una visión global de los fundamentos sobre la gestión de una empresa publicitaria, la estructura de las agencias de publicidad y relaciones públicas. Trataremos la gestión económica y de los recursos humanos.

La asignatura proporciona una percepción muy cercana y transparente sobre como funciona una agencia por dentro. Se conocerán a la perfección quienes son los principales agentes que intervienen en la gestión de la agencia.

Se pone en valor los elementos claves para la buena gestión de la agencia y el impacto que tiene una agencia de publicidad y de relaciones públicas en la economía de un país. Cómo repercuten las crisis a la publicidad y como ésta actúa como agente de cambio hacia la recuperación.

Las agencias como *partners* estratégicos de sus clientes en el campo de la estrategia, de la creatividad y de la comunicación.

Competencias y/o resultados del aprendizaje

- Capacidad para comprender la estructura de los medios de comunicación y sus principales formatos, como expresiones de los modos de vida y de las culturas de las sociedades en las que desempeñan su función pública.
- Capacidad para conocer la estructura y transformación de la sociedad actual en su relación con los elementos, formas y procesos de la comunicación publicitaria y de relaciones públicas.
- Capacidad para tomar las decisiones correctas
- Saber describir la estructura de las agencias de publicidad.
- Delimitar cada una de las funciones para la gestión de la empresa de publicidad y de relaciones públicas resaltando sus principales aplicaciones.

Contenidos Didácticos

1. Estructura de las agencias de publicidad y/o relaciones públicas.
 - 1.2 Estructura.
 - 1.3 Funciones.
 - 1.4 Selección de agencias.
2. Gestión económica de la agencia.
 - 2.1 Modelo de negocio.
 - 2.2 Desarrollo y control de proyectos.
 - 2.3 Relaciones económicas con empleados y socios.

- 2.4 Relaciones económicas con anunciantes.
- 2.5 Relaciones económicas intragencias.
- 3. Sistemas de retribución.
 - 3.1 Retribución de las agencias.
 - 3.2 Dimensión contable de la agencia.
 - 3.3 Determinación del presupuesto.
- 4. Relaciones con los stakeholders externos.
 - 4.1 Relaciones agencia anunciante.
 - 4.2 Relaciones agencia medios de comunicación.
 - 4.3 Relaciones agencia consumidor final.
- 5. Estrategias de crecimiento organizacional.
 - 5.1 Holdings.
 - 5.2 Cadena de valor.
 - 5.3 Modelo de gestión de agencia.
 - 5.4 Desafíos del crecimiento organizacional.
- 6. Gestión de equipos.
 - 6.1 La motivación.
 - 6.2 Gestión del cambio y liderazgo.
 - 6.3 Comunicación interna.

Contenidos Prácticos

Durante el desarrollo de la asignatura se realizarán las siguientes actividades prácticas:

- ⑩ Analiza un caso de gestión de agencia.
- ⑩ Realización de un plan de comunicación interna.
- ⑩ Realización de un sistema retributivo.

Evaluación

El sistema de evaluación del aprendizaje de la UDIMA contempla la realización de diferentes tipos de actividades de evaluación y aprendizaje. El criterio de valoración establecido se detalla a continuación:

Actividades de aprendizaje	10%
Controles	10%
Actividades de Evaluación Continua (AEC)	20%
Examen final presencial	60%
TOTAL	100%

Bibliografía

- ⑩ Ferrer Lorenzo, I. y Medina Aguerrebere, P. (2014). Dirección empresarial para publicitarios. Madrid: Dykinson.
- ⑩ Ayestarán Crespo, R.; Rangel Pérez, C. y Sebastián Morillas, A. (2012). Planificación estratégica y gestión de la publicidad. Conectando con el consumidor. Madrid: ESIC. ISBN: 9788473568678.
- ⑩ Ferrer Lorenzo, I. y Medina Aguerrebere, P. (2014). Gestión empresarial de la agencia de publicidad. Madrid: Díaz de Santos. ISBN: 9788499696393.