

Estudios de Periodismo

Universidad Carlos III de Madrid



Organización y gestión de la empresa informativa

Prof. Javier Galán y Prof. Guadalupe Aguado



-
- **El mercado publicitario(I)**
 - Conceptos básicos. Formatos.
-



□ **Objetivos**

- *El objetivo es que el alumno asimile los conceptos básicos necesarios sobre la publicidad y su incidencia en los medios, así como los elementos necesarios para la comercialización de tiempos y espacios. Para ello es necesario que sea consciente de la importancia de la inversión publicitaria en el negocio de las empresas informativas y conozca las tendencias de comercialización en el sector.*
-



□ **La publicidad en los medios**

- La importancia de la inversión publicitaria en las empresas informativas.
 - Principales anunciantes y sectores.
 - Relaciones medios-anunciantes
 - Tendencias
-



□ **Características de los medios**

- La prensa como medio publicitario.
Características.
 - La radio como medio publicitario.
Características.
 - La televisión como medio publicitario.
Características.
-



□ **Formatos**

- **Formatos publicitarios en la prensa.
Comercialización.**
 - **Formatos publicitarios en la radio.
Comercialización.**
 - **Formatos publicitarios en la televisión.
Comercialización.**
-



□ Tendencias de comercialización en el entorno digital

- *Branded content*

- Pantallas compartidas

- Colocación de productos

- Publicidad interactiva

- Minianuncios



□ Bibliografía

- BIGNÉ, E. (2000): *Temas de investigación de medios publicitarios*. Esic. Madrid.
 - GARCÍA UCEDA, M. (1995): *Las claves de la publicidad*. Esic. Madrid.
 - GONZÁLEZ LOBO, M.A. (1994): *Curso de publicidad*. Eresma y Celeste. Madrid.
 - MARTÍNEZ RAMOS, E. (1992): *El uso de los medios de comunicación en el marketing y la publicidad*. Akal Comunicación. Madrid.
 - ORTEGA MARTÍNEZ, E. (1991): *La dirección publicitaria*. Esic. Madrid.
 - PERLADO, M.: *Planificación de medios de comunicación de masas* (2006). McGrawHill. Madrid.
 - PÉREZ-LATRE, F. (2000): *Planificación y gestión de medios publicitarios*. Ariel Comunicación. Barcelona.
-