

Estudios de Periodismo

Universidad Carlos III de Madrid

Organización y gestión de la empresa informativa

Prof. Javier Galán y Prof. Guadalupe Aguado



Organización gestión de la empresa informativa.

Estudios de Periodismo. Universidad Carlos III de Madrid

Prof. Javier Galán y Prof. Guadalupe Aguado.

□ **El mercado publicitario(II)**

- Relaciones anunciantes, agencias y medios. Contratos. Derechos y obligaciones
-

□ **Objetivos**

- El objetivo es que el estudiante conozca cómo funcionan las relaciones medios-agencias - anunciantes. Para ello se profundiza en los diferentes aspectos que ha de considerar el medio para la comercialización de sus tiempos y espacios. Igualmente se abordan los tipos de contratos, los derechos y obligaciones de las partes y las formas de remuneración.
-

Organización gestión de la empresa informativa.

Estudios de Periodismo. Universidad Carlos III de Madrid

Prof. Javier Galán y Prof. Guadalupe Aguado.

□ **Contratos publicitarios**

- Contrato de Publicidad
 - Contrato de Creación
 - Contrato de Difusión
 - Contrato de Patrocinio
-

□ Derechos y obligaciones

- **Derechos y obligaciones del medio de comunicación con respecto a agencias y anunciantes.**
 - **Derechos y obligaciones de los anunciantes.**
-

Organización gestión de la empresa informativa.

Estudios de Periodismo. Universidad Carlos III de Madrid

Prof. Javier Galán y Prof. Guadalupe Aguado.

□ Regulación publicitaria

- Publicidad engañosa**
 - Publicidad desleal**
 - Publicidad subliminal**
-

-
- **Agencias de publicidad y centrales de compra de medios**
 - Agencias de servicios completos
 - Boutiques creativas
 - Agencias pertenecientes a anunciantes
 - Agencias especializadas
 - Agencias exclusivas de medios
 - Centrales de compra de medios
-

□ **Sistemas de remuneración de agencias**

- Por comisión
 - Por honorarios
 - Por cuota
 - Mixta
-

Organización gestión de la empresa informativa.

Estudios de Periodismo. Universidad Carlos III de Madrid

Prof. Javier Galán y Prof. Guadalupe Aguado.

□ Bibliografía

- GARCÍA UCEDA, M. (1995): Las claves de la publicidad. Esic. Madrid.
- LIRIA, E. (1994): Las relaciones anunciante agencia. Ediciones Folio. Barcelona.
- PÉREZ-LATRE, F. (2000): Planificación y gestión de medios publicitarios. Ariel Comunicación. Barcelona.

■ Fuentes

- Asociación Española de Anunciantes: <http://www.anunciantes.com>
 - Asociación Española de Agencias de Publicidad: <http://www.aeap.es>
 - Autocontrol.<http://www.autocontrol.es>
-