

# Excel, publicidad y medios

El aprendizaje de la publicidad y los medios a través de Excel

Belén. Ávila<sup>1</sup>; Ana. Pastor<sup>2</sup>; Manuel.Pacheco<sup>2</sup>; Belinda. De Frutos<sup>2</sup>; Noemí. Martín<sup>2</sup>

<sup>1</sup> ESIC Business & Marketing School  
<sup>2</sup> Universidad de Valladolid . HMCAYCAP

Coorganiza:

## Resumen

Se presenta un trabajo cuyo objetivo es conocer la valoración de los estudiantes del aprendizaje adquirido en dos asignaturas del Grado de Publicidad y RR.PP. —Investigación de la Eficacia publicitaria (UVa) y Planificación estratégica publicitaria (ESIC Business & Marketing School)— a través de la realización de ejercicios prácticos elaborados con plantillas de Excel y apoyados con videos formativos. Para conocer su opinión y la utilidad de este tipo de acciones metodológicas se realizó una encuesta que fue cumplimentada por un total de 154 alumnos. Los resultados ponen de manifiesto la utilidad de las plantillas tanto para su proceso de aprendizaje como para su futura vida profesional. Además, de su contribución a la comprensión del funcionamiento de los medios en el sector publicitario.

## Descripción del proyecto

- El Proyecto titulado “Creación de plantillas en Excel aplicadas a la planificación y seguimiento de la publicidad” tiene como objetivo la adquisición de competencias básicas en el entorno de la planificación estratégica de medios publicitarios y la medición y seguimiento de las campañas publicitarias.
- Dicho proyecto está integrado por cuatro asignaturas de 3er y 4º curso del Grado de publicidad y RR.PP. Tres de la Universidad de Valladolid (Uva) y una cuarta de ESIC Business & Marketing School. Aunque para este poster únicamente se presentará la repercusión de la enseñanza a través de plantillas de Excel en dos de ellas —Investigación de la eficacia publicitaria (Uva) y Planificación estratégica publicitaria (ESIC)—.
- La importancia de este Proyecto de Investigación Docente radica en que debido a los avances tecnológicos los planificadores estratégicos de medios publicitarios tienen que enfrentarse a una gran cantidad de datos para poder impactar al público objetivo de su campaña de la manera más eficaz. Es por ello, que se hacen necesarios aprendizajes que vinculen la enseñanza de la publicidad con el uso de herramientas que permitan manejar este volumen de datos como es el caso del Excel.



## Materiales y métodos

- Para el desarrollo del PID se utilizaron plantillas de Excel para planificar diferentes medios como radio o exterior o para realizar cronogramas de campaña —documento esencial en cualquier acción de comunicación—. Además, se realizaron píldoras formativas audiovisuales a modo de material de apoyo que se difundieron a través de los campus virtuales de cada universidad y del blog titulado: Blog para Estudiantes de Publicidad.
- El método de implementación del proyecto en ambas asignaturas se realizó de la siguiente manera:
  - Se presentaban y explicaban las plantillas en el aula.
  - Se les solicitaba a los alumnos que hicieran una práctica con dicha plantilla.
  - Simultáneamente a ello, se colgaba en el campus virtual y en el blog la píldora explicativa de esa plantilla junto con un post de su importancia.
  - Finalmente, se entregaban las practicas y se evaluaban.
- Para conocer la valoración de los estudiantes del aprendizaje adquirido y de la utilidad de dichas plantillas, tanto para su vida profesional como para comprender los conceptos utilizados en la asignatura, el último día de clase se les pidió que contestaran a un pequeño cuestionario que fue cumplimentado por un total de 154 alumnos (64,4% de los alumnos integrantes del PID dentro de las dos asignaturas).

		DICIEMBRE 2008												TOTALES		
		L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	
EXTERIOR	Sin Derechos	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	12.000
Radio y Televisión	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	45,4%
Radio	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	1.000
TV	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	35.400
Porcentaje de atención: 20% Entorno: 30.000€																
PRENSA	Sin Derechos	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	32.000
DT Claró	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	26,2%
ADN	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	1.000
Viva Claró	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	1.000
Porcentaje de atención: 20% Entorno: 30.000€																
RADIO	Sin Derechos	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	5.000
CAD	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	3,0%
WBO	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	2.000
Dial	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	1.000
Radio	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	1.000
Sur Radio	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	1.000
INTERNET	Sin Derechos	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	12.000
1.000.000 impresiones online																
Servicio de Medios (Planificación, Compra y Seguimiento 5% inversión neta de Medios)	122.000	122.000	122.000	122.000	122.000	122.000	122.000	122.000	122.000	122.000	122.000	122.000	122.000	122.000	122.000	6.100
GASTOS PRODUCCIÓN estimados	42.000	42.000	42.000	42.000	42.000	42.000	42.000	42.000	42.000	42.000	42.000	42.000	42.000	42.000	42.000	42.000
TOTAL CAMPANAS MEDIOS	164.000	164.000	164.000	164.000	164.000	164.000	164.000	164.000	164.000	164.000	164.000	164.000	164.000	164.000	164.000	108.100

Ejemplo: Plantilla de cronograma de campaña

## Resultados conseguidos

### Utilidad de las plantillas de Excel para su vida profesional



El 85% del alumnado considera útiles las plantillas de Excel para su vida profesional.

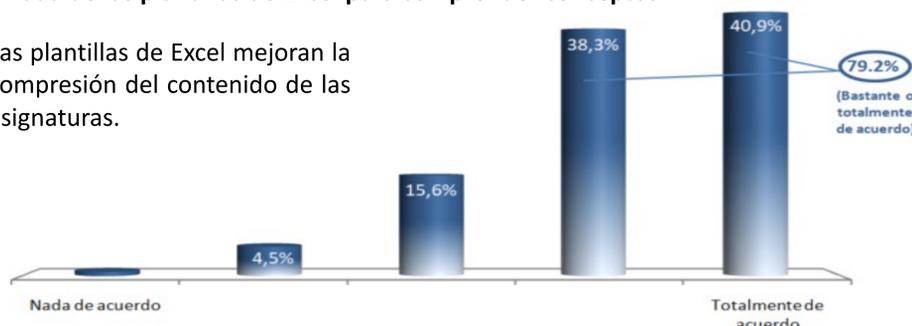
### Utilidad de las plantillas de Excel para comprender el funcionamiento de los medios



El 83% de los alumnos considera que las plantillas de Excel les ha ayudado a comprender mejor el funcionamiento de los medios publicitarios.

### Utilidad de las plantillas de Excel para comprender conceptos

Las plantillas de Excel mejoran la comprensión del contenido de las asignaturas.



## Conclusiones

La principal conclusión es que el alumnado de ambas asignaturas considera útiles las piezas de Excel dentro de su proceso de aprendizaje, lo que ayuda a cumplir con los objetivos de las asignaturas contribuyendo con conocimientos, procedimientos y actitudes básicos para el desarrollo de una actividad profesional en el ámbito del sistema publicitario.

Otras conclusiones:

- Proporcionar y explicar plantillas Excel es considerado por los estudiantes como un elemento útil en su vida profesional futura.
- El uso de plantillas en Excel contribuye a comprender mejor los contenidos de la materia impartida.

Para terminar, es preciso señalar la importancia de acercar al aula los formatos y herramientas que los profesionales utilizan en su día a día, para mejorar el aprendizaje significativo del alumnado y sus competencias laborales futuras.