

Creativitat Publicitària

2014/2015

Codi: 103146

Crèdits: 6

Titulació	Tipus	Curs	Semestre
2501935 Publicitat i Relacions Públiques	OB	2	2

Professor de contacte

Nom: David Roca Correa

Correu electrònic: David.Roca@uab.cat

Utilització de llengües

Llengua vehicular majoritària: català (cat)

Grup íntegre en anglès: No

Grup íntegre en català: Sí

Grup íntegre en espanyol: No

Equip docent

Patricia Lázaro Pernias

Alexander Padilla Lopez

Prerequisits

Se li demana a l'alumnat un alt nivell de motivació.

Objectius

1. Conèixer el concepte de creativitat publicitària, tant a nivell teòric com pràctic.
2. Conèixer 3 de les 4 Ps de la creativitat publicitària, tant a nivell teòric com pràctic.
3. Realitzar exercicis pràctics per potenciar i mesurar la creativitat.
4. Realització d'una gràfica publicitària.

Competències

- Aplicar la imaginació amb flexibilitat, originalitat i fluïdesa.
- Aplicar les tècniques creatives de la redacció d'anuncis.
- Demostrar que coneix l'estructura i les funcions del context tecnològic que intervé en el procés de la comunicació publicitària
- Demostrar que coneix les característiques expressives i narratives dels llenguatges audiovisuals.
- Demostrar que coneix les característiques narratives i expressives d'un missatge publicitari creatiu.
- Demostrar que coneix les teories de la composició fotogràfica.
- Gestionar creativament la comunicació persuasiva.
- Utilitzar les diferents teories i tècniques de composició gràfica de textos.

Resultats d'aprenentatge

1. Aplicar els principis estratègics que determinen una campanya a l'elaboració del briefing creatiu.
2. Aplicar la imaginació amb flexibilitat, originalitat i fluïdesa.

3. Classificar les teories estètiques i tècniques que intervenen en el disseny gràfic i la direcció d'art en publicitat.
4. Distingir els principis fonamentals de la relació dialèctica entre repetibilitat i originalitat-innovació.
5. Donar respostes creatives als problemes de comunicació de l'anunciant, tenint en compte les limitacions pressupostàries que condicionen una campanya.
6. Elaborar idees creatives de venda.
7. Identificar els aspectes més significatius de la tradició fotogràfica publicitària.
8. Identificar els principis fonamentals de la notorietat i la diferència significativa.
9. Reconèixer els principis bàsics de la performance audiovisual davant del micròfon i la càmera.
10. Utilitzar els instruments tecnològics de la composició i l'edició de missatges gràfics.
11. Utilitzar les tècniques d'enquadrament, exposició i edició de la imatge fotogràfica.

Continguts

1. El concepte de creativitat publicitària.
2. La primera p de la creativitat.
3. La segona p de la creativitat.
4. La quarta p de la creativitat.

Metodologia

L'assignatura es divideix en tres eixos:

1. Eix teòric.
2. Eix d'aplicació teòrica (treballs en grup).
3. Eix d'aplicació pràctica (pràctiques individuals i grupals).

Activitats formatives

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Tipus: Dirigides			
Eix pràctic	42,5	1,7	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11
Eix teòric	100	4	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11

Avaluació

L'assignatura avaluar els tres eixos de la següent manera:

1. Eix teòric. (30% de la nota)
 - 1.1. Test 1, 15%
 - 1.2. Test 2, 15%
2. Eix d'aplicació teòrica (treballs en grup). (60% de la nota)
 - 2.1. Grans creatius o similar, 10%
 - 2.2. Entrevista a comptes o similar, 25%

2.3. Creativitat i universitats o similar, 10%

2.4. Peça gràfica, 15%

3. Eix d'aplicació pràctica (pràctiques individuals i grupals), 10% de la nota.

Aquests percentatges podrien modificar-se segons la dinàmica de l'assignatura.

L'assignatura té previst un sistema de reavaluació de l'eix pràctic al llarg del curs.

El tests de conceptes no es poden recuperar. Caldrà almenys un 5 per a superar l'assignatura.

Activitats d'avaluació

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Eix pràctic	13,3	1	0,04	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11
Eix teòric	87,77	6,5	0,26	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11

Bibliografia

L'alumne rebrà dossiers especialment confeccionats pel professor.