

Creativitat en Publicitat i Relacions Públiques

Codi: 103135

Crèdits: 12

Titulació	Tipus	Curs	Semestre
2501935 Publicitat i Relacions Públiques	OB	3	A

Professor de contacte

Nom: Mariano Castellblanque Ramiro

Correu electrònic: Mariano.Castellblanque@uab.cat

Utilització d'idiomes a l'assignatura

Llengua vehicular majoritària: català (cat)

Grup íntegre en anglès: No

Grup íntegre en català: Sí

Grup íntegre en espanyol: Sí

Prerequisits

ERASMUS Y MOBILIDAD

Esta asignatura es anual, por lo tanto no pueden matricularse los ALUMNOS ERASMUS Y MOBILIDAD.

Objectius

- Conèixer i estudiar les diferents tècniques creatives i d'ideació en Publicitat i Relacions Públiques.
- Practicar mitjançant un projecte anual algunes de les diferents tècniques creatives de Publicitat i Relacions Públiques.
- Crear, produir, realitzar algunes peces creatives sota el paraigua d'un projecte anual 360 que permeti aplicar una estratègia creativa que inclogui algunes de les tècniques creatives i d'ideació de Publicitat i Relacions Públiques.

Competències

- Analitzar les dades dels mercats (competència, imatge de marca) per a l'elaboració d'un pla de comunicació.
- Aplicar la imaginació amb flexibilitat, originalitat i fluïdesa.
- Demostrar capacitat d'autoaprenentatge i autoexigència per aconseguir un treball eficient.
- Demostrar capacitat de lideratge, negociació i treball en equip, així com resolució de problemes.
- Demostrar esperit crític i autocrític.
- Demostrar que coneix les característiques narratives i expressives d'un missatge publicitari creatiu.
- Desenvolupar estratègies d'aprenentatge autònom.
- Desenvolupar un pensament i un raonament crítics i saber comunicar-los de manera efectiva, tant a les llengües oficials (català i castellà) com en una tercera llengua.
- Divulgar els coneixements i innovacions de l'àrea.
- Generar propostes innovadores i competitives en la recerca i en l'activitat professional.
- Gestionar creativament la comunicació persuasiva.
- Gestionar el temps de manera adequada.

- Respectar la diversitat i la pluralitat d'idees, persones i situacions.
- Valorar la diversitat i la interculturalitat com a base per a treballar en equip.

Resultats d'aprenentatge

1. Aplicar la imaginació amb flexibilitat, originalitat i fluïdesa.
2. Demostrar capacitat d'autoaprenentatge i autoexigència per aconseguir un treball eficient.
3. Demostrar capacitat de lideratge, negociació i treball en equip, així com resolució de problemes.
4. Demostrar esperit crític i autocrític.
5. Descriure les teories del pensament productiu i de la gestió creativa de la comunicació.
6. Desenvolupar estratègies d'aprenentatge autònom.
7. Desenvolupar un pensament i un raonament crítics i saber comunicar-los de manera efectiva, tant a les llengües oficials (català i castellà) com en una tercera llengua.
8. Distingir les diferents fases del procés de creació.
9. Divulgar els coneixements i innovacions de l'àrea.
10. Explicar les característiques bàsiques dels formats publicitaris que canalitzen l'elaboració d'idees creatives.
11. Generar propostes innovadores i competitives en la recerca i en l'activitat professional.
12. Gestionar el temps de manera adequada.
13. Identificar els fonaments de la creació i de la gestió de marques.
14. Respectar la diversitat i la pluralitat d'idees, persones i situacions.
15. Valorar la diversitat i la interculturalitat com a base per a treballar en equip.

Continguts

- Bases conceptuals i estratègiques de la creativitat publicitària.

Tècniques d'ideació publicitària.

Producció de diverses peces i accions publicitàries dins d'un projecte 360.

- Bases conceptuals i estratègiques de Relacions Públiques.

Tècniques de Relacions Públiques (Mapa General de Tècniques de Relacions Públiques)

Producció de diverses peces i accions de RRPP dins d'un projecte 360.

- Execució d'un projecte 360 en el qual operen conjuntament estratègies creatives, peces i accions 360 de Publicitat i RRPP

Metodologia

-Alhora que l'estudiant coneix les diferents tècniques creatives de Publicitat i Relacions Públiques formula per grups una estratègia creativa per desenvolupar un projecte 360, projecte en el que produeix, realitza, i executa les diferents peces creatives del projecte mitjançant tallers sota la direcció del professor o professors de cada taller.

- Els alumnes, per grups, formulen les seves estratègies creatives per a un projecte 360 de Publicitat i RRPP, el presenten oralment i per escrit per a la seva aprovació.

- Als tallers, es creen, produeixen, realitzen i executen les diferents peces del projecte 360 de Publicitat i RRPP.

- Fases:

1. - Creativa

Presentació del projecte i objectius

Estratègia creativa

Estructura i organització

2. - Producció i realització

3. - Presentació

Activitats formatives

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Tipus: Dirigides			
teoría, seminarios y prácticas	105	4,2	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15
Tipus: Supervisades			
Tutorías	15	0,6	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15
Tipus: Autònomes			
Lectura, análisis y síntesis de textos, preparación y realización de trabajos	165	6,6	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15

Avaluació

Teoria (1.5)

Estrategia (2.5)

Grafisme (2.5)

Audiovisual (2.5)

Presentación final (1)

La dinámica prevé que se puedan incorporar piezas extras por voluntad del grupo de trabajo. En este caso serán valoradas en su conjunto con un punto como máximo.

Hay que aprobar la Teoría para poder hacer la media con las Prácticas (Módulos/Talleres)

Hay que hacer todas las prácticas para poder hacer la media de Prácticas.

Actividades de reevaluación.

- Teoría. Examen de recuperación tipo test.

Activitats d'avaluació

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Evaluación final	0	15	0,6	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15

Bibliografia

(En cada Mòdul o Taller se indicará bibliografía específica)

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

Publicidad

Pricken, M. (2004) Publicidad creativa. Ideas y técnicas de las mejores campañas internacionales. GG, BCN

Mahon Nik (2012), Ideación. Cómo generar grandes ideas publicitarias. Gustavo Gili. Barcelona.

Veksner, Simon (2009) Ser un buen creativo publicitario. Blume, Barcelona

Asociación Española de Anunciantes (2003). Publicidad que funciona. El libro de los casos. AEA y ESIC

Relaciones Públicas

Palencia-Lefler, Manuel (2011) 90 Técnicas de Comunicación y Relaciones Públicas. Profit Ed. Barcelona.

Xifra J. Lalueza (2009) Casos de Relaciones Públicas y Comunicación Corporativa, Prentice-Hall

Grunig, J. Hunt, T (2000) Dirección de Relaciones Públicas. Gestión 2000, Barcelona.

Wilcox, DL.; Autt, P.; Agee, W.; Cameron G.; (2001) RRPP. Estrategias y Tácticas. Addison W. Madrid.

ADECEC (2003).40 éxitos en comunicación. Pearson Educación, Prentice Hall. Madrid.

MEDIOS DIGITALES:

Revistas profesionales

Anuncios: www.anuncios.com

El Periódico de la publicidad: www.periodicopublicidad.com

El Publicista: www.elpublicista.com

IP-Mark: www.ipmark.com

Control Publicidad: www.controlpublicidad.com

Marketing directo.com: www.marketingdirecto.com

Puromarketing: www.puromarketing.com

Yorokobu: www.yorokobu.es

Webs

- www.moline-consulting.com/MMLB.htm

- www.bcnvisualsound.org/ct/index.html

- www.eiconsortium.org/members/goleman.htm

- www.adage.com/century/people.html

- www.bcnvisualsound.org/ct/index.html

- www.prnoticias.com
- www.ship.edu/~cgboeree/maslowesp.html
- www.fregona.net/
- www.nga.gov/feature/pollock/artist1.shtm
- www.usc.es/~idega/langreona.doc (noviembre 2004)
- www.abcdatos.com/tutoriales/tutorial/o222.html
- www.apple.es
- www.bestadsontv.com
- www.canalpublicidad.com
- www.comanalysis.ch/ComAnalysis/Publication50.htm
- www.heineken.es
- www.publity.com
- www.rtve.es/tve/b/redes/semanal/prg210/entrevista.htm
- www.usshowreels.tv/index.php
- www.rae.es
- www.spotstv.com
- www.zafara.org/museo/entrada/
- www.cgu.edu/qlrc/mike.htm
- www.eic.es/noticies/notas/articles/enguany/marzo/imatgeEIC.pdf
- www.srarushmore.com
- www.milmilks.org
- www.scpf.com

Archivo de imágenes

ACI: www.acionline.biz

Age Fotostock: www.agefotostock.com

Alfaqui Fotografia/Photoline.com: www.photonline.com

Anna Server Agency S.L. (ASA): www.minenpictures.com

Cover: www.cover.es

Fotononstop: www.fotononstop.com

Framepool www.framepool.com

Gastromedia: www.gastrofotos.com

GettyImages: www.gettyimages.com

HighRes Press Stock: www.highres.es

Iberimages: www.iberimage.com

Illustration Stock: www.imagenytraduccion.com

Index: www.indesfototeca.es

Matton Images: www.matton.es

Mister Bild: www.misterbild.com

Quickimage Stock: www.quick-image.com

Stock Photos: www.stockphotos.es

Vidiments: www.vidiments.com

Certámenes de habla hispana:

El Sol (publicidad): www.elsolfestival.com

Anuario de la Creatividad del cdc (publicidad y marketing): www.clubdecreativos.com

Premios a la Eficacia (publicidad y marketing): www.premioseficacia.com

Premios Laus (diseño y publicidad): www.adg-fad.org

Premios Ratón (publicidad interactiva): www.movierecord.com

Premios Imán (marketing directo): www.fecemd.org

Premios AEMP (marketing promocional): www.aemp.es

Premios APPE (producción): www.appe.org

FIAP (publicidad): www.fiap.com.ar

El Ojo de Iberoamérica (publicidad): www.elojodeiberoamerica.com

Festival Drac Novell: www.associaciopublicitat.com

Certámenes internacionales:

Clio Awards (publicidad): www.clioawards.com

Festival de Cannes (publicidad y marketing): www.canneslions.com

London Festival (publicidad): www.liaawards.com

One Show (publicidad): www.oneclub.com

Cresta Awards (publicidad): www.cresta-awards.com

New York Festivals (publicidad, marketing y diseño): www.newyorkfestivals.com

Epica (publicidad): www.epica-awards.com

Eurobest (publicidad): www.eurobest.com

Echo Awards (marketing directo): www.dma-echo.org

Caples Awards (marketing directo): www.caples.org

PMC Awards (marketing promocional): www.eaca.be

Asociaciones, federaciones y clubs:

Club de Creativos (cdec): www.clubdecreativos.com

Foment de les Arts Decoratives: www.fadweb.com

Asociación Española de Anunciantes (AEA): www.anunciantes.com

Asociación Española de Agencias de Publicidad (AEAP): www.aeap.es

Federación Nacional de Empresas de Publicidad (FNEP): www.fnep.es

Asociación General de Empresas de Publicidad (AGEP): www.agep.es

Asociación de Autocontrol de la Publicidad (AAP): www.aap.es

Asociación de Agencias de Medios (AM): www.agenciasdemedios.com

Federación Española de Comercio Electrónico y Marketing Directo (FECEMD): www.fecemd.org

Asociación de Productoras Publicitarias Españolas (APPE): www.appe.org

Asociación de Agencias de Marketing Directo e Interactivo (AGEMDI): www.agemdi.org

Club de Dirigentes de Marketing: www.clubdemarketing.com

Asociación Española de Estudios de Mercado, Marketing y Opinión (AEDEMO): www.aedemo.es

Asociación Nacional de Empresas de Investigación de Mercados y Opinión Pública (ANEIMO): www.aneimo.com

Asociación para la Investigación de los Medios de Comunicación: (AIMC) www.aimc.es

Asociación de Editores de Diarios Españoles (AEDE): www.aede.es

Asociación de Revistas de Información (ARI): www.revistas-ari.com

Gremi de Publicitat de Catalunya: www.associaciopublicitat.com