

Creatividad en Publicidad y Relaciones Públicas

Código: 103135
Créditos ECTS: 12

Titulación	Tipo	Curso	Semestre
2501935 Publicidad y Relaciones Públicas	OB	3	A

Contacto

Nombre: Mariano Castellblanque Ramiro

Correo electrónico: Mariano.Castellblanque@uab.cat

Uso de idiomas

Lengua vehicular mayoritaria: catalán (cat)

Algún grupo íntegramente en inglés: No

Algún grupo íntegramente en catalán: Sí

Algún grupo íntegramente en español: Sí

Prerequisitos

ERASMUS Y MOBILIDAD

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

Objetivos y contextualización

- Conocer y estudiar las diferentes técnicas creativas y de ideación en Publicidad y Relaciones Públicas.
 - Practicar mediante un proyecto anual algunas de las diferentes técnica
 - Crear, producir, realizar algunas piezas creativas bajo el paraguas de u

Competencias

- Analizar los datos de los mercados (competencia, imagen de marca) para la elaboración de un plan de comunicación.
- Aplicar la imaginación con flexibilidad, originalidad y fluidez.
- Demostrar capacidad de autoaprendizaje y autoexigencia para conseguir un trabajo eficiente.
- Demostrar capacidad de liderazgo, negociación y trabajo en equipo, así como resolución de problemas.
- Demostrar espíritu crítico y autocrítico.
- Demostrar que conoce las características narrativas y expresivas de un mensaje publicitario creativo.
- Desarrollar estrategias de aprendizaje autónomo.
- Desarrollar un pensamiento y un razonamiento crítico y saber comunicarlos de manera efectiva, tanto en las lenguas oficiales (catalán y castellano) como en una tercera lengua.
- Divulgar los conocimientos e innovaciones del área.
- Generar propuestas innovadoras y competitivas en la investigación y en la actividad profesional.
- Gestionar creativamente la comunicación persuasiva.
- Gestionar el tiempo de forma adecuada.
- Respetar la diversidad y pluralidad de ideas, personas y situaciones.
- Valorar la diversidad y la interculturalidad como fundamento para trabajar en equipo.

Resultados de aprendizaje

1. Aplicar la imaginación con flexibilidad, originalidad y fluidez.
2. Demostrar capacidad de autoaprendizaje y autoexigencia para conseguir un trabajo eficiente.
3. Demostrar capacidad de liderazgo, negociación y trabajo en equipo, así como resolución de problemas.
4. Demostrar espíritu crítico y autocrítico.
5. Desarrollar estrategias de aprendizaje autónomo.
6. Desarrollar un pensamiento y un razonamiento crítico y saber comunicarlos de manera efectiva, tanto en las lenguas oficiales (catalán y castellano) como en una tercera lengua.
7. Describir las teorías del pensamiento productivo y de la gestión creativa de la Comunicación.
8. Distinguir las distintas fases del proceso de creación.
9. Divulgar los conocimientos e innovaciones del área.
10. Explicar las características básicas de los formatos publicitarios que canalizan la elaboración de ideas creativas.
11. Generar propuestas innovadoras y competitivas en la investigación y en la actividad profesional.
12. Gestionar el tiempo de forma adecuada.
13. Identificar los fundamentos de la creación y gestión de marcas.
14. Respetar la diversidad y pluralidad de ideas, personas y situaciones.
15. Valorar la diversidad y la interculturalidad como fundamento para trabajar en equipo.

Contenido

- Bases conceptuales y estratégicas de la creatividad publicitaria.
 - Técnicas de ideación publicitaria.
 - Producción de varias piezas y acciones publicitarias dentro de un proy
- Bases conceptuales y estratégicas de Relaciones Públicas.
 - Técnicas de Relaciones Públicas (Mapa General de Técnicas de Relac
 - Producción de varias piezas y acciones de RRPP dentro de un proyec
- Ejecución de un proyecto 360 en el que operan conjuntamente estrateg

Metodología

- A la vez que el estudiante conoce las diferentes técnicas creativas de Publicidad y Relaciones Públicas formula
 - Los alumnos, por grupos, formulan sus estrategias creativas para un pr
 - En los talleres, se crean, producen, realizan y ejecutan las diferentes pi
 - Fases:
 1. - Creativa
 - Presentación del proyecto y objetivos
 - estrategia creativa
 - Estructura y organización
 2. - Producción y realización
 3. - Presentación

Actividades

Título	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Tipo: Dirigidas			
Clases teóricas, seminarios y prácticas	105	4,2	1, 2, 3, 4, 7, 5, 6, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15
Tipo: Supervisadas			

Tutorías	15	0,6	1, 2, 3, 4, 7, 5, 6, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15
Tipo: Autónomas			
Lectura, análisis y síntesis de textos, preparación y realización de trabajos	165	6,6	1, 2, 3, 4, 7, 5, 6, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15

Evaluación

Teoría (1.5)

Estrategia (2.5)

Grafismo (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.

Actividades de evaluación

Título	Peso	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Evaluación	0	15	0,6	1, 2, 3, 4, 7, 5, 6, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15

Bibliografía

(En cada Módulo 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.publitv.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