

**Procesos y Técnicas Creativas**

Código: 103142  
Créditos ECTS: 6

Titulación	Tipo	Curso	Semestre
2501935 Publicidad y Relaciones Públicas	OB	3	1

**Contacto**

Nombre: Ángel Sánchez Sanchez Sancho  
Correo electrónico: Angel.Sanchez@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

**Equipo docente**

Mariano Castellblanque Ramiro

**Equipo docente externo a la UAB**

Patricia Luján

**Prerequisitos**

Ninguno

**Objetivos y contextualización**

- Conocer y estudiar los procesos y técnicas creativas de ideación, en general, y publicitarias, en particular.
- Practicar ala mayoría de las distintas técnicas creativas publicitarias.
- Realizar un trabajo completo mediante dos roles: 1. La creación por grupos de un briefing (Anunciante) 2. La creación por grupos de una campaña (Agencia) que resuelvas los problemas de comunicación planteados en el briefing.

**Competencias**

- Aplicar la imaginación con flexibilidad, originalidad y fluidez.
- Aplicar las técnicas creativas de la redacción de anuncios.
- Demostrar que conoce las características narrativas y expresivas de un mensaje publicitario creativo.
- Gestionar creativamente la comunicación persuasiva.

**Resultados de aprendizaje**

1. Aplicar la imaginación con flexibilidad, originalidad y fluidez.

2. Aplicar los principios estratégicos que determinan una campaña a la elaboración del briefing creativo.
3. Dar respuestas creativas a los problemas de comunicación del anunciante, teniendo en cuenta las limitaciones presupuestarias que condicionan una campaña.
4. Distinguir los principios fundamentales de la relación dialéctica entre repetibilidad y originalidad-innovación.
5. Elaborar ideas creativas de venta.
6. Identificar los principios fundamentales de la notoriedad y la diferencia significativa.

## Contenido

El marketing de la comunicación. La información del anunciante: briefing y contrabriefing.

2. El briefing creativo de agencias.
3. Las fuentes de la información publicitaria y todos sus agentes.
4. Creatividad e innovación. Métodos creativos publicitarios. Todas las Técnicas de ideación publicitaria.
5. El proceso de creación publicitaria.
5. Las estrategias creativas publicitarias ... y la resolución de campañas on y off line.

## Metodología

A la vez que el alumnado conoce en las clases teóricas los procesos y técnicas creativas publicitarias de la publicidad esta asignatura propone:

- Aportar artículos y ejemplos de nuevas campañas en los diferentes medios de comunicación que ilustren los temas tratados en clase para someterlos a discusión y análisis bajo la estructura pedagógica de un seminario o mesa redonda
- Realizar por grupos prácticas que permitan aplicar la mayoría de las técnicas creativas y resolver problemas de comunicación.
- Jugar el rol de Anunciante, detectar un problema y saber crear y presentar un briefing. Jugar el rol de Agencia y mediante una campaña de comunicación resolver el problema planeado aplicando las técnicas creativas estudiadas.

## Actividades

Título	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Tipo: Dirigidas			
Teoría, Seminarios y Prácticas	52,5	2,1	2, 4, 3, 5, 6
Tipo: Supervisadas			
Tutorías	7,5	0,3	2, 1, 4, 3, 5, 6
Tipo: Autónomas			
Lectura, análisis y síntesis de textos, preparación y realización de trabajos	82,5	3,3	2, 4, 3, 5, 6

## Evaluación

- Teoría 40% (Examen tipo test, 40%)
- Práctica 60% (Prácticas de clase, 20%. Trabajo de curso Anunciante-Agencia (40%)).
- Hay que aprobar las dos partes (Teoría y Práctica) por separado para poder hacer la media de la asignatura.

- Hay que aprobar las dos partes de Prácticas por separado para poder hacer la media de Prácticas.

Actividades de reevaluación.

- Teoría. Examen de recuperación.

- Práctica. Volver a presentar corregidas y mejoradas todas las prácticas suspendidas y / o el trabajo de curso Anunciante-Agencia suspendido

- La reevaluación es en el mismo semestre; es la segunda convocatoria, no hay por tanto una tercera convocatoria.

## Actividades de evaluación

Título	Peso	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Evaluación	0	7,5	0,3	2, 1, 4, 3, 5, 6

## Bibliografía

### BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

RICARTE, JM. (2000): *Procesos y técnicas creativas publicitarias*. Barcelona: Servei de Publicacions de la UAB.

BAÑOS, Miguel. (2002), *Creatividad y Publicidad*. Laberinto. Madrid.

BAÑOS, M. GARCÍA, F. RAMIREZ, FJ. (2009): *Las palabras en la publicidad*. Laberinto. Madrid.

NAVARRO, Carlos. (2010): *Creatividad publicitaria eficaz*. ESIC, Madrid

BURTENSHAW, K. MAHON, N. BARFOOT, C (2007): *Principios de publicidad. El proceso creativo*, GG. Barcelona

ARROLLO, Isidoro (2005). *La profesión de crear. Creatividad e investigación publicitarias*. Laberinto. 2005

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

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

### BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTARIA

HERNANDEZ, C. (1999): *Manual de creatividad publicitaria*. Sintesis, Madrid

MOLINÉ, MARÇAL( 1999) , *La Fuerza de la Publicidad* . Cuadernos Cinco Días, Madrid.

SOLANA, Daniel (2010) *Postpublicidad*. [www.postpublicidad.com](http://www.postpublicidad.com)

YOUNG, JAMES WEBB: *Una técnica para producir ideas*. Eresma, Madrid, 1990.

D&A: *The Copy Book (How 32 of the world's best advertising writers write their advertising)*. The designers & art directors association, London, 1996.

JOANNIS, HENRY 1986): *El proceso de creación publicitaria*. Deusto, Bilbao,

STEBBINS, HAL: *Píldoras publicitarias*, Oikos-Tau, Barcelona, 1989. Unas palabras acerca de las palabras (p.13-43)

SEGARRA, TONI. *Desde el otro lado del escaparate*. Espasa, 2009. Barcelona.

LORENTE, JOAQUÍN: *Casi todo lo que sé de publicidad*. Folio, Barcelona, 1986.

TOSCANI, OLIVIERO: *Adéu a la publicitat*. Empúries, Barcelona, 1996.

OGILVY, DAVID: *Confesiones de un publicitario*. Oikos-Tau, Barcelona, 1967.

CASTELLBLANQUE, Mariano: *Manual del redactor publicitario*. ESIC, Madrid. 200

BASSAT, LUÍS: *El libro rojo de la publicidad*. Folio, Barcelona, 1993

ROBERTS, Kevin: *Lovemarks. El futuro más allá de las marcas*. Urano. Barcelona. 2004

OBRADORS, M (2008), *Creatividad y generación de ideas*. Aldea Global. Barcelona.

FALLON, PAT y SENN, FRED: *Exprime la idea*. Harvard Business School Press. LID Editorial Empresarial 2007.

SALMON, CHRISTIAN: *STORYTELLING. La máquina de fabricar historias y formatear las mentes*. Península, 2008.

BOGUSKY, ALEX & WINSOR, JOHN: *Baked In. Creating products and bussinesses that market themselves*. B2 Books. Agate Publishing. Chicago, 2009.

GARCÍA MÁRQUEZ, GABRIEL: *Cómo se cuenta un cuento*. EICTV Ollero y Ramos, Madrid, 1996.

BEIGBEDER, FREDERIC: *13,99 euros*. Anagrama, Barcelona, 2001.

#### MEDIOS DIGITALES:

Revistas profesionales On Line

Anuncios: [www.anuncios.com](http://www.anuncios.com)

El Periódico de la publicidad: [www.periodicopublicidad.com](http://www.periodicopublicidad.com)

El Publicista: [www.elpublicista.com](http://www.elpublicista.com)

IP-Mark: [www.ipmark.com](http://www.ipmark.com)

Control Publicidad: [www.controlpublicidad.com](http://www.controlpublicidad.com)

Marketing directo.com: [www.marketingdirecto.com](http://www.marketingdirecto.com)

Puromarketing: [www.puromarketing.com](http://www.puromarketing.com)

Yorokobu: [www.yorokobu.es](http://www.yorokobu.es)

#### Webs

- [www.moline-consulting.com/MMLB.htm](http://www.moline-consulting.com/MMLB.htm)

- [www.bcnvisualsound.org/ct/index.html](http://www.bcnvisualsound.org/ct/index.html)

- [www.eiconsortium.org/members/goleman.htm](http://www.eiconsortium.org/members/goleman.htm)

- [www.adage.com/century/people.html](http://www.adage.com/century/people.html)

- [www.bcnvisualsound.org/ct/index.html](http://www.bcnvisualsound.org/ct/index.html)

- [www.prnoticias.com](http://www.prnoticias.com)

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

#### Archivos de imágenes

ACI: [www.acionline.biz](http://www.acionline.biz)

Age Fotostock: [www.agefotostock.com](http://www.agefotostock.com)

Alfaqui Fotografia/Photoline.com: [www.photonline.com](http://www.photonline.com)

Anna Server Agency S.L. (ASA): [www.minenpictures.com](http://www.minenpictures.com)

Cover: [www.cover.es](http://www.cover.es)

Fotononstop: [www.fotononstop.com](http://www.fotononstop.com)

Framepool [www.framepool.com](http://www.framepool.com)

Gastromedia: [www.gastrofotos.com](http://www.gastrofotos.com)

Getty Images: [www.gettyimages.com](http://www.gettyimages.com)

HighRes Press Stock: [www.highres.es](http://www.highres.es)

Iberimages: [www.iberimage.com](http://www.iberimage.com)

Illustration Stock: [www.imagenytraduccion.com](http://www.imagenytraduccion.com)

Index: [www.indesfototeca.es](http://www.indesfototeca.es)

Matton Images: [www.matton.es](http://www.matton.es)

Mister Bild: [www.misterbild.com](http://www.misterbild.com)

Quickimage Stock: [www.quick-image.com](http://www.quick-image.com)

Stock Photos: [www.stockphotos.es](http://www.stockphotos.es)

Vidiments: [www.vidiments.com](http://www.vidiments.com)

Certámenes de habla hispana:

El Sol (publicidad): [www.elsolfestival.com](http://www.elsolfestival.com)

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

Premios a la Eficacia (publicidad y marketing): [www.premioseficacia.com](http://www.premioseficacia.com)

Premios Laus (diseño y publicidad): [www.adg-fad.org](http://www.adg-fad.org)

Premios Ratón (publicidad interactiva): [www.movierecord.com](http://www.movierecord.com)

Premios Imán (marketing directo): [www.fecemd.org](http://www.fecemd.org)

Premios AEMP (marketing promocional): [www.aemp.es](http://www.aemp.es)

Premios APPE (producción): [www.appe.org](http://www.appe.org)

FIAP (publicidad): [www.fiap.com.ar](http://www.fiap.com.ar)

El Ojo de Iberoamérica (publicidad): [www.elojodeiberoamerica.com](http://www.elojodeiberoamerica.com)

Festival Drac Novell: [www.associaciopublicitat.com](http://www.associaciopublicitat.com)

Certámenes internacionales:

Clio Awards (publicidad): [www.clioawards.com](http://www.clioawards.com)

Festival de Cannes (publicidad y marketing): [www.canneslions.com](http://www.canneslions.com)

London Festival (publicidad): [www.liaawards.com](http://www.liaawards.com)

One Show (publicidad): [www.oneclub.com](http://www.oneclub.com)

Cresta Awards (publicidad): [www.cresta-awards.com](http://www.cresta-awards.com)

New York Festivals (publicidad, marketing y diseño): [www.newyorkfestivals.com](http://www.newyorkfestivals.com)

Épica (publicidad): [www.epica-awards.com](http://www.epica-awards.com)

Eurobest (publicidad): [www.eurobest.com](http://www.eurobest.com)

Echo Awards (marketing directo): [www.dma-echo.org](http://www.dma-echo.org)

Caples Awards (marketing directo): [www.caples.org](http://www.caples.org)

PMC Awards (marketing promocional): [www.eaca.be](http://www.eaca.be)

Asociaciones, federaciones y clubs:

Club de Creativos (cdec): [www.clubdecreativos.com](http://www.clubdecreativos.com)

Foment de les Arts Decoratives : [www.fadweb.com](http://www.fadweb.com)

Asociación Española de Anunciantes (AEA): [www.anunciantes.com](http://www.anunciantes.com)

Asociación Española de Agencias de Publicidad (AEAP): [www.aeap.es](http://www.aeap.es)

Federación Nacional de Empresas de Publicidad (FNEP): [www.fnep.es](http://www.fnep.es)

Asociación General de Empresas de Publicidad (AGEP): [www.agep.es](http://www.agep.es)

Asociación de Autocontrol de la Publicidad (AAP): [www.aap.es](http://www.aap.es)

Asociación de Agencias de Medios (AM): [www.agenciasdemedios.com](http://www.agenciasdemedios.com)

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

Asociación de Productoras Publicitarias Españolas (APPE): [www.appe.org](http://www.appe.org)

Asociación de Agencias de Marketing Directo e Interactivo (AGEMDI): [www.agemdi.org](http://www.agemdi.org)

Club de Dirigentes de Marketing: [www.clubdemarketing.com](http://www.clubdemarketing.com)

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

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

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

Asociación de Editores de Diarios Españoles (AEDE): [www.aede.es](http://www.aede.es)

Asociación de Revistas de Información (ARI): [www.revistas-ari.com](http://www.revistas-ari.com)

Gremi de Publicitat de Catalunya: [www.associaciopublicitat.com](http://www.associaciopublicitat.com)