

Creativitat Publicitària

Codi: 103146

Crèdits: 6

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

Professor/a de contacte

Nom: Mariano Castellblanque Ramiro

Correu electrònic: Mariano.Castellblanque@uab.cat

Utilització d'idiomes a l'assignatura

Llengua vehicular majoritària: espanyol (spa)

Grup íntegre en anglès: No

Grup íntegre en català: Sí

Grup íntegre en espanyol: Sí

Equip docent

Robert Rabanal Ramirez

Ángel Sánchez Sanchez Sancho

Prerequisits

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

Objectius

Objetius

1. Conèixer el concepte de creativitat publicitària, tant a nivell teòric com pràctic.
2. Realitzar exercicis pràctics per potenciar i mesurar la creativitat.

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

Continguts

1. Creativitat, emprenedoria i autorealització
2. Creativitat universal
3. Persona creativa
4. Entorn creatiu
5. Creativitat per a la transformació
6. Lideratge creatiu
7. Producte creatiu
8. Tècniques creatives
9. Gestió creativa
10. Origen de les idees (insights, big idea ...)
11. Actitud Creativa
12. El món de les agències de comunicació

Metodologia

Metodologia

- Teoria per a explicar els conceptes clau (classe magistral).
- Pràctiques relacionades amb la teoria.
- Lectures obligatòries relacionades (llibres, articles, capítols, webs, blocs ...).
- Participació activa de l'alumnat.

Activitats formatives

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

Avaluació

Avaluació

Teoria: 30% (examen tipus test).

Pràctiques: 70% (avaluació continuada).

És obligatori REALITZAR TOTES LES PRÀCTIQUES per poder superar l'assignatura.

Cal aprovar T i P per separat per poder fer la nota mitjana.

Recuperació

Teoria. Examen de recuperació l'últim dia del curs, amb l'objectiu d'aprovar la teoria.

Pràctica. Examen de recuperació a final de curs, amb l'objectiu d'aprovar la part pràctica.

Activitats d'avaluació

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Eix pràctic	70%	6,5	0,26	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11
Eix teòric	30%	1	0,04	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11

Bibliografia

Bibliografia

Nielsen Dorte y Thurber Sarah (2018). Conexiones creativas. GG.

Lamarre, Guillaume. (2018) La vía del creativo. Guía para reinventar nuestra práctica y nuestra mirada. GG.

Catmull Ed (2014). Creatividad S.A. Conecta.

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

Arroyo, Isidoro. (2005). La profesión de crear. Laberinto.

Baños, Miguel. (2002). Creatividad y Publicidad. Laberinto.

Kleon Austin. (2012). Roba como un artista. Aguilar.

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

Kelley Tom, Littman Jonathan (2010). Las diez caras de la innovación. Estrategias para una creatividad excelente. Paidós.

www.anuncios.com

www.periodicopublicidad.com

<https://www.reasonwhy.es/>

www.elpublicista.com

www.ipmark.com

www.controlpublicidad.com

www.marketingdirecto.com

www.puromarketing.com

www.yorokobu.es