

**Creatividad en Publicidad y Relaciones Públicas**

Código: 103135  
Créditos ECTS: 12

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

La metodología docente y la evaluación propuestas en la guía pueden experimentar alguna modificación en función de las restricciones a la presencialidad que impongan las autoridades sanitarias.

## Contacto

Nombre: Alejandro Martínez Moreno  
Correo electrónico: Alejandro.Martinez@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 diferentes proyectos prácticos algunas de las difere
  - Crear, producir, realizar un proyecto anual 360 que permita aplicar una

## 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 en comunicación comercial.

-Técnicas de ideación publicitaria, aplicadas a proyectos específicos.

-Ideación, maquetación y presentación de diversas piezas y acciones publicitarias, desde campañas específicas para medios concretos a un proyecto 360.

-Ejecución de un proyecto 360 en el cual operen conjuntamente estrategias creativas, piezas y acciones 360 de Publicidad y RRPP

## Metodología

- "Learn by doing", o aprender haciendo. La intención es aplicar los conocimientos en piezas creativas concretas, bajo una "dirección creativa" práctica y continuada por parte de los profesores.

- A la vez que el estudiante conoce las diferentes técnicas creativas de Publicidad y Relaciones Públicas creará, por grupos, desde la estrategia creativa hasta las bajadas ejecucionales de diferentes proyectos basados en briefs reales. Y las presentarán oralmente y por escrito para su aprobación.

-Cada grupo debe seguir semanalmente las publicaciones (nacionales e internacionales) que se pauta. Y cada semana, dos grupos presentarán su propuesta de "Anuncio de la semana".

## Actividades

Título	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Tipo: Dirigidas			
Clases teóricas y proyectos de 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,

---

 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

La nota sale de la media entre las notas parciales de los diferentes proyectos:

15%-Proyecto DRAC  
 20%-Proyecto Navidad  
 30%-Proyecto 4 briefs  
 20%-Proyecto 360º  
 15%-"Ad of the year" / Anuncio del año.

Es necesario haber entregado todos los entregables semanales del "Anuncio de la semana" para poder acceder a la media de los Proyectos.

El alumnado tendrá derecho a la recuperación de la asignatura si ha sido evaluado del conjunto de actividades el peso de las que equivalga a un mínimo de 2/3 partes de la calificación total de la asignatura. Actividad de recuperación: Proyecto 360º

La metodología docente y la evaluación propuestas pueden experimentar alguna modificación en función de las restricciones a la presencialidad que impongan las autoridades sanitarias.

El estudiante que realice cualquier irregularidad (copia, plagio, suplantación de identidad, ...) se calificará con 0 este acto de evaluación. En caso de que se produzcan varias irregularidades, la calificación final de la asignatura será 0.

## 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

### BIBLIOGRAFIA 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 RR.PP.

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](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)

ControlPublicidad: [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)

Advertising Age

Campaign

AdLatina

LatinSpots

Reason Why

Lüzer's Archive

Webs

-Adsoftheworld.com

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

- [www.comanalysis.ch/ComAnalysis/Publication50.htm](http://www.comanalysis.ch/ComAnalysis/Publication50.htm)

- [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)

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)

GettyImages: [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)

Epica (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 clubes:

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)