

Processos i Tècniques Creatives

Codi: 103142

Crèdits: 6

Titulació	Típus	Curs	Semestre
2501935 Publicitat i Relacions Públiques	OB	3	1

La metodologia docent i l'avaluació proposades a la guia poden experimentar alguna modificació en funció de les restriccions a la presencialitat que imposin les autoritats sanitàries.

Professor/a de contacte

Nom: Ángel Sánchez Sanchez Sancho

Correu electrònic: Angel.Sanchez@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

Equip docent

Anna Fajula Payet

Equip docent extern a la UAB

Patricia Luján

Prerequisits

Cap.

Objectius

- Conèixer i estudiar els processos i tècniques creatives d'ideació, en general, i publicitàries, en particular.
- Practicar la majoria de les diferents tècniques creatives publicitàries.
- Realitzar un treball complet mitjançant dos rols: 1. La creació per grups d'un briefing (Anunciant) 2. La creació per grups d'una campanya (Agència) que resolgui els problemes de comunicació plantejats en el briefing.

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 narratives i expressives d'un missatge publicitari creatiu.
- Gestionar creativament la comunicació persuasiva.

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. Distingir els principis fonamentals de la relació dialèctica entre repetibilitat i originalitat-innovació.
4. Donar respostes creatives als problemes de comunicació de l'anunciant, tenint en compte les limitacions pressupostàries que condicionen una campanya.
5. Elaborar idees creatives de venda.
6. Identificar els principis fonamentals de la notorietat i la diferència significativa.
7. Utilitzar els instruments tecnològics de la composició i l'edició de missatges gràfics.

Continguts

1. El màrqueting de la comunicació. La informació de l'anunciant: briefing i contrabriefing.
2. El briefing creatiu d'agència.
3. Les fonts de la informació publicitària i tots els seus agents.
4. Creativitat i innovació. Mètodes creatius publicitaris. Totes les Tècniques d'ideació publicitària.
5. El procés de creació publicitària.
5. Les estratègies creatives publicitàries... i la resolució de campanyes on i off line .

Metodologia

Ahora que l'alumnat coneix a les classes teòriques els processos i tècniques creatives publicitàries de la publicitat aquesta assignatura proposa:

- Aportar articles i exemples de noves campanyes en els diferents mitjans de comunicació que il·lustrin els temes tractats a classe per sotmetre'ls a discussió i anàlisi sota l'estructura pedagògica d'un seminari o taula rodona
- Realitzar per grups pràctiques que permetin aplicar la majoria de les tècniques creatives i resoldre problemes de comunicació.
- Jugar al rol d' anunciament, detectar un problema i saber crear i presentar un briefing. Jugar al rol d'agència i mitjançant una campanya de comunicació resoldre el problema plantejat aplicant les tècniques creatives estudiades.

Activitats formatives

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Tipus: Dirigides			
Teoria, Seminaris i Pràctiques	52,5	2,1	1, 3, 4, 5, 6
Tipus: Supervisades			
Tutories	7,5	0,3	1, 2, 3, 4, 5, 6
Tipus: Autònomes			
Lectura, anàlisi i síntesi de textos, preparació i realització de treballs	82,5	3,3	1, 3, 4, 5, 6

Avaluació

- Teoria 40% (Examen tipus test, 40%)
- Pràctica 60% (Pràctiques de classe, 20%. Treball de curs Anunciant-Agència (40%)).
- Cal aprovar les dues parts (Teoria i Pràctica) per separat per poder fer la mitjana de l'assignatura.
- Cal aprovar les dues parts de Pràctiques per separat per poder fer la mitjana de Pràctiques.

Activitats de reavaluació.

- Teoria. Examen de recuperació.
- Pràctica. Tornar a presentar corregides i millorades totes les pràctiques suspeses i / o el treball de curs Anunciant-Agència suspès
- La reavaluació és en el mateix semestre; és la segona convocatòria, no hi ha per tant una tercera convocatòria.

Activitats d'avaluació

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Avaluació	0	7,5	0,3	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7

Bibliografia

BIBLIOGRAFIA BÀSICA

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.

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

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

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTARIA

MOLINÉ, Marçal (1999), *La fuerza de la publicidad. Cuadernos Cinco Días, Madrid*.

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

SOLANA, Daniel (2010) *Postpublicidad*. 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 Empreasrial 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.

MEDIS DIGITALS:

Revistes professionals

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

Arxius d imatges

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

Getty Images: 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

Certámens de parta 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.eljodeiberoamerica.com

Festival Drac Novell: www.associaciopublicitat.com

Certámens 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

Épica (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

Asociacions, federacions 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