

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 Ramírez

Pep Colomer Miralbell

Prerequisits

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

Objectius

Objectius

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

Competències

- Actuar en l'àmbit de coneixement propi avaluant les desigualtats per raó de sexe/gènere.
- Actuar en l'àmbit de coneixement propi valorant l'impacte social, econòmic i mediambiental.
- Aplicar la imaginació amb flexibilitat, originalitat i fluïdesa.
- Demostrar que coneix les característiques expressives i narratives dels llenguatges audiovisuals.
- Demostrar que coneix les característiques narratives i expressives d'un missatge publicitari creatiu.
- Gestionar creativament la comunicació persuasiva.
- Introduir canvis en els mètodes i els processos de l'àmbit de coneixement per donar respostes innovadores a les necessitats i demandes de la societat.
- Que els estudiants hagin desenvolupat les habilitats d'aprenentatge necessàries per a emprendre estudis posteriors amb un alt grau d'autonomia.
- Que els estudiants sàpiguen aplicar els coneixements propis a la seva feina o vocació d'una manera professional i tinguin les competències que se solen demostrar per mitjà de l'elaboració i la defensa d'arguments i la resolució de problemes dins de la seva àrea d'estudi.

- Que els estudiants tinguin la capacitat de reunir i interpretar dades rellevants (normalment dins de la seva àrea d'estudi) per emetre judicis que incloguin una reflexió sobre temes destacats d'índole social, científica o ètica.

Resultats d'aprenentatge

1. Analitzar críticament els principis, valors i procediments que regeixen l'exercici de la professió.
2. Analitzar les desigualtats per raó de sexe/gènere i els biaixos de gènere en l'àmbit de coneixement propi.
3. Analitzar una situació i identificar-ne els punts de millora.
4. Aplicar la imaginació amb flexibilitat, originalitat i fluïdesa.
5. Comunicar fent un ús no sexista ni discriminatori del llenguatge.
6. Distingir els principis fonamentals de la relació dialèctica entre repetibilitat i originalitat-innovació.
7. Donar respostes creatives als problemes de comunicació de l'anunciant, tenint en compte les limitacions pressupostàries que condicionen una campanya.
8. Elaborar idees creatives de venda.
9. Explicar el codi deontològic, explícit o implícit, de l'àmbit de coneixement propi.
10. Identificar els principis fonamentals de la notorietat i la diferència significativa.
11. Identificar les implicacions socials, econòmiques i mediambientals de les activitats academicoprofessionals de l'àmbit de coneixement propi.
12. Identificar situacions que necessiten un canvi o millora.
13. Ponderar els riscos i les oportunitats de les propostes de millora tant pròpies com alienes.
14. Proposar nous mètodes o solucions alternatives fonamentades.
15. Proposar noves maneres de mesurar l'èxit o el fracàs de la implementació de propostes o idees innovadores.
16. Proposar projectes i accions que incorporin la perspectiva de gènere.
17. Proposar projectes i accions viables que potenciïn els beneficis socials, econòmics i mediambientals.
18. Que els estudiants hagin desenvolupat les habilitats d'aprenentatge necessàries per a emprendre estudis posteriors amb un alt grau d'autonomia.
19. Que els estudiants sàpiguen aplicar els coneixements propis a la seva feina o vocació d'una manera professional i tinguin les competències que se solen demostrar per mitjà de l'elaboració i la defensa d'arguments i la resolució de problemes dins de la seva àrea d'estudi.
20. Que els estudiants tinguin la capacitat de reunir i interpretar dades rellevants (normalment dins de la seva àrea d'estudi) per emetre judicis que incloguin una reflexió sobre temes destacats d'índole social, científica o ètica.
21. Reconèixer els principis bàsics de la performance audiovisual davant del micròfon i la càmera.
22. Valorar com els estereotips i els rols de gènere incideixen en l'exercici professional.
23. Valorar l'impacte de les dificultats, els prejudicis i les discriminacions que poden incloure les accions o projectes, a curt o llarg termini, en relació amb determinades persones o col·lectius.

Continguts

Continguts

1. Creativitat universal
2. Creativitat, innovació, empenedoria i comunicació
3. Connexions creatives. L'eina secreta de les ments innovadores
4. Brífling de l'anunciant
5. Brífling creatiu de l'agència
6. Estratègies creatives publicitàries
7. Persona creativa
8. 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.

El calendari detallat amb el contingut de les diferents sessions s'exposarà el dia de presentació de l'assignatura. Es penjarà també al Campus Virtual on l'alumnat podrà trobar la descripció detallada dels exercicis i pràctiques, els diversos materials docents i qualsevol informació necessària per a l'adequat seguiment de l'assignatura. En cas de canvi de modalitat docent per raons sanitàries, el professorat informará dels canvis que es produiran en la programació de l'assignatura i en les metodologies docents.

Nota: es reservaran 15 minuts d'una classe, dins del calendari establert pel centre/titulació, per a la complementació per part de l'alumnat de les enquestes d'avaluació de l'actuació del professorat i d'avaluació de l'assignatura/mòdul.

Activitats formatives

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Tipus: Dirigides			
Classes teòriques	17	0,68	4, 21
Sessions de pràctiques i seminaris	34	1,36	4, 21
Tipus: Supervisades			
Tutories i revisió d'exercicis	7,5	0,3	4, 21
Tipus: Autònomes			
Estudi individual, lectures, realització d'exercicis	84	3,36	4, 21

Avaluació

Avaluació

Activitat A: Teoria 30% sobre la qualificació final.

Activitat B: Pràctiques de classe 30% sobre la qualificació final.

Activitat C: Pràctica BA 10% sobre la qualificació final.

Activitat D: Pràctica BCA 10% sobre la qualificació final.

Activitat E: Pràctica CC 20% sobre la qualificació final.

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

Recuperació

L'alumnat que obtingui una nota menor a 1,5 (sobre 3) de teoria i una nota menor de 3,5 (sobre 7) de

pràctiques haurà de presentar-se a recuperació de la part suspesa.

Requisits per a aprovar l'assignatura

Per a poder aprovar l'assignatura cal aprovar indistintament totes les activitats avaluables especificades anteriorment.

Plagi

En cas que l'estudiant realitzi qualsevol irregularitat que pugui conduir a una variació significativa de la qualificació d'un acte d'avaluació, es qualificarà amb 0 aquest acte d'avaluació, amb independència del procés disciplinari que s'hi pugui instruir. En cas que es produeixin diverses irregularitats en els actes d'avaluació d'una mateixa assignatura, la qualificació final d'aquesta assignatura serà 0.

Activitats d'avaluació

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Eix pràctic	70%	5	0,2	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 10, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23
Eix teòric	30%	2,5	0,1	1, 2, 3, 4, 5, 6, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 21, 22, 23

Bibliografia

Bibliografia

Andrews, M., Van Leeuwen, M. (2016). Persuasión. GG.

Castellblanque, Mariano (2020). Manual del redactor publicitario offline-online. ESIC.

Castellblanque, Mariano (2006). Perfiles profesionales de publicidad y ámbitos afines. UOC.

Kawasaki, Guy (2016). El arte de empezar 2.0. Planeta.

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

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

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

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

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

www.anuncios.com

www.clubdecreativos.com/

www.controlpublicidad.com

www.elpublicista.com

www.ipmark.com

www.marketingdirecto.com

www.periodicopublicidad.com

www.puromarketing.com

www.reasonwhy.es/

www.yorokobu.es

Programari

L'assignatura no exigeix cap programari específic.