

**Book Creatiu**

Codi: 103149

Crèdits: 6

Titulació	Tipus	Curs	Semestre
2501935 Publicitat i Relacions Públiques	OT	4	2

**Professor/a de contacte**

Nom: Pep Colomer Miralbell

Correu electrònic: pep.colomer@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: No

**Prerequisits**

Es recomana:

1. Domini del següent software: Indesign, Photoshop & Illustrator.
2. Haver cursat l'assignatura "Processos i tècniques creatives" del grau de Publicitat i Relacions Públiques.
3. Tenir una molt bona planificació si s'està fent pràctiques externes o TFG.
4. Tenir molta motivació.
5. Orientar el propi futur professional vers la creativitat o l'estratègia publicitària.

**Objectius**

1. Fer un book creatiu amb entre 5 i 8 peces originals, sòlides i amb criteri professional.
2. Aprendre a defensar la pròpia feina durant tot el procés, amb coherència i criteri.
3. Conèixer la indústria creativa en el moment actual, reconèixer i valorar la feina dels professionals, avui.
4. Obtenir seguretat i confiança en el propi criteri de cara a saber seleccionar les millors peces pròpies i a poder avaluar les dels altres.

**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.
- 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.

- 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.

## 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 els principis estratègics que determinen una campanya a l'elaboració del briefing creatiu.
5. Aplicar la imaginació amb flexibilitat, originalitat i fluïdesa.
6. Comunicar fent un ús no sexista ni discriminatori del llenguatge.
7. Explicar el codi deontològic, explícit o implícit, de l'àmbit de coneixement propi.
8. Identificar les implicacions socials, econòmiques i mediambientals de les activitats academicoprofessionals de l'àmbit de coneixement propi.
9. Identificar situacions que necessiten un canvi o millora.
10. Ponderar els riscos i les oportunitats de les propostes de millora tant pròpies com alienes.
11. Proposar nous mètodes o solucions alternatives fonamentades.
12. Proposar noves maneres de mesurar l'èxit o el fracàs de la implementació de propostes o idees innovadores.
13. Proposar projectes i accions que incorporin la perspectiva de gènere.
14. Proposar projectes i accions viables que potenciïn els beneficis socials, econòmics i mediambientals.
15. Que els estudiants hagin desenvolupat les habilitats d'aprenentatge necessàries per a emprendre estudis posteriors amb un alt grau d'autonomia.
16. 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.
17. Reconèixer els principis bàsics de la performance audiovisual davant del micròfon i la càmera.
18. Utilitzar els instruments tecnològics de la composició i l'edició de missatges gràfics.
19. Valorar com els estereotips i els rols de gènere incideixen en l'exercici professional.
20. 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. El *book creatiu* com a estratègia de contractació.
2. L'entrevista.
3. El mercat publicitari: perfil d'agències (possibles contractants).
4. Perfil de creatius (possibles contractants).
5. Recursos per a creatius (publicacions, festivals, escoles...).
6. Fes el teu *book*.

## Metodologia

Tot està basat en la realització de projectes personals.

Cada alumne treballa en el seu projecte i el professor ajuda a millorar-lo.

Una barreja de pràctiques i investigació.

A cada sessió, el professor planteja un nou briefing i l'alumne disposa del que queda de curs per treballar en ell i solucionar-lo.

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			
Sessions teòriques i seminaris	52,5	2,1	1, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18
Tipus: Supervisades			
Revisions	7,5	0,3	3, 4, 5, 9, 12, 14, 16, 17, 18
Tipus: Autònomes			
Estudi individual, lectures, realització d'exercicis	82,5	3,3	1, 3, 5, 9, 10, 15, 16, 17, 18

## Avaluació

L'avaluació es basarà en dos eixos:

- 1- Desenvolupament d'un mínim de 6 peces individuals per al book (60% de la nota).
- 2- Desenvolupament del propi book (40% de la nota)
  - 2.1. Avaluació del professor.
  - 2.2. Avaluació dels companys.
  - 2.3. Selecció feta per cada alumne de la millor peça del grup.
- 3- Altres.

No es preveu cap examen o test.

És obligatori assistir al 100% de les sessions.

El mes de juny s'ha de reservar per a la revisió i millora de les peces.

El plantejament de l'assignatura és provisional per a facilitar la matrícula de l'alumnat. Podria tenir algun canvi menor abans de l'inici de segon semestre.

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

L'alumnat tindrà dret a la recuperació de l'assignatura si ha estat avaluat del conjunt d'activitats el pes de les quals equivalgui a un mínim de 2/3 parts de la qualificació total de l'assignatura. Totes les activitats són recuperables.

L'estudiant que realitzi qualsevol irregularitat (còpia, plagi, suplantació d'identitat,...) es qualificarà amb 0 aquest acte d'avaluació. En cas que es produeixin diverses irregularitats, la qualificació final de l'assignatura serà 0.

### Activitats d'avaluació

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Realització d'un book creatiu	40%	3,5	0,14	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20
Realització de peces	60%	4	0,16	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20

### Bibliografia

Bogusky, Alex & Winsor, John (2010). *Baked In: Creating Products and Businesses That Market Themselves*. Chicago: Agate publishing.

Castillo, Fidel del (2014). *Necesitas un book: 78 consejos para elaborar un book creativo y encontrar trabajo en publicidad*. Barcelona: Editorial UOC.

González-Andrío, Gabriel (2005). *30 segundos de gloria: 15 grandes directores creativos nos cuentan cómo llegaron*. Madrid: Dossat.

Gordon, Torr (2008). *Managing Creative People: Lessons in Leadership for the Ideas Economy*. Hoboken (USA, NJ): John Wiley & Sons Ltd.

Knight, Christina (2013). *Mad woman: a herstory of advertising*. Linköping (Suècia): Oliká. Nota: no confondre amb: Mass, Jane (2012). *Mad Women, la otra cara de la vida de Madison Avenue*. Barcelona?: Lumen.

Solana, Daniel (2010). *Postpublicidad*. Bilbao: Am libros.

Taylor, Fig (2010). *Cómo crear un portfolio y adentrarse e el mundo*. México: Gustavo Gili.

### Programari