

Book Creatiu

Codi: 103149
Crèdits: 6

2024/2025

Titulació	Tipus	Curs
2501935 Publicitat i Relacions Públiques	OT	4

Professor/a de contacte

Nom: Jose Felix Colomer Miralbell

Correu electrònic: pep.colomer@uab.cat

Idiomes dels grups

Podeu consultar aquesta informació al [final](#) del document.

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.

Resultats d'aprenentatge

1. CM15 (Competència) Idear missatges creatius i persuasius que responguin a les necessitats comunicatives de les entitats anunciantes sense vulnerar els valors democràtics ni els drets fonamentals dels públics.
2. CM16 (Competència) Integrar les innovacions comunicatives i les noves tendències socials per a l'actualització de les estratègies creatives publicitàries i de relacions públiques.

3. SM14 (Habilitat) Aplicar tècniques que potenciïn l'originalitat i la flexibilitat del pensament per generar idees creatives que donin resposta a problemes de comunicació.
4. SM15 (Habilitat) Produir missatges publicitaris i de relacions públiques que responguin a les necessitats de persones clientes i consumidores amb tecnologies convencionals i emergents.

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*.

Activitats formatives i Metodologia

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Tipus: Dirigides			
Sessions teòriques i seminaris	52,5	2,1	CM15, CM16, SM14, SM15, CM15
Tipus: Supervisades			
Revisions	7,5	0,3	CM15, CM16, SM14, SM15, CM15
Tipus: Autònomes			
Estudi individual, lectures, realització d'exercicis	82,5	3,3	CM15, CM16, SM14, SM15, CM15

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.

Avaluació

Activitats d'avaluació continuada

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Realització d'un book creatiu	40%	3,5	0,14	CM15, CM16, SM14, SM15
Realització de peces	60%	4	0,16	CM15, CM16, SM14, SM15

L'assignatura segueix l'avaluació continuada i preveu avaluació única.

AVALUACIÓ CONTINUADA

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.

AVALUACIÓ ÚNICA

1- Desenvolupament d'un mínim de 6 peces individuals per al book (30% de la nota).

2- Desenvolupament del propi book (30% de la nota)

3- Investigació de portfolios de tercers de destacada qualitat. Anàlisi comparativa. (30% de la nota)

4- Prova presencial obligatòria on es presentaran els punts 1, 2 i 3 i es simularà una entrevista professional (10% de la nota)

GENERALITATS PER ALS DOS TIPUS D'AVAUACIÓ

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

La metodologia docent i les avaluacions 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.

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

No es requereix cap software específic.

Llista d'idiomes

Nom	Grup	Idioma	Semestre	Torn
(PLAB) Pràctiques de laboratori	51	Català	primer quadrimestre	tarda
(TE) Teoria	5	Català	primer quadrimestre	tarda