

Titulació	Típus	Curs
Publicitat i Relacions Públiques	OB	3

Professor/a de contacte

Nom: Sarai Meléndez Rodríguez

Correu electrònic: sarai.melendez@uab.cat

Idiomes dels grups

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

Prerequisits

Cap requisit

Objectius

Conèixer, estudiar, reflexionar, examinar i practicar el rol de Redactor Publicitari (Copywriter) com a professional clau dins de l'estructura organitzativa d'una agència de publicitat, les seves funcions i el seu desenvolupament operatiu tant a Above The Line (ATL) com a Below The Line (BTL) ideant i escrivint tota mena de peces publicitàries.

Preparar els alumnes per treballar efectivament en la redacció de textos per a web, publicitat digital i xarxes socials per tal que siguin competents en aquests i altres mitjans emergents.

Resultats d'aprenentatge

1. CM15 (Competència) Idear missatges creatius i persuasius que responguin a les necessitats comunicatives de les entitats anunciant sense vulnerar els valors democràtics ni els drets fonamentals dels públics.
2. CM17 (Competència) Integrar la creativitat com a eina transformadora de valors i comportaments al servei del benestar social general.
3. KM18 (Coneixement) Enumerar els recursos expressius òptims dels llenguatges escrit, gràfic i audiovisual per construir missatges originals i atractius.
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.
5. SM16 (Habilitat) Practicar el paper de redactor publicitari (copywriter) fent servir el llenguatge de manera creativa, correcta, eficaç i sense caure en usos sexistes o discriminatoris.

Continguts

TEMARI:

Part I

La figura del redactor publicitari (copywriter).

Estratègia, idea, paraula.

Elements del copywriting: el titular.

Elements del copywriting: el body copy.

Naming

Slogans

Part II

Redacció publicitària a ATL

Redacció per a mitjans gràfics

Guions per a falques radials

Llibrets i elements de redacció per a TV i vídeos

Redacció per a peces d'internet

Part III

Redacció publicitària a BTL

Redacció per a màrqueting directe (cartes, fulls solts, fulletons, publicitat per correu)

Elements i redacció per a l'Email Màrqueting

Redacció per a peces per a publicitat en mòbils

Escriure per a anuncis de street marketing, guerrilla

Formats de redacció per a la publicitat a Internet, Xarxes Socials, PLV, patrocini, ús d'influencers, etc.).

Col·laboració entre redactors i intel·ligència artificial

Activitats formatives i Metodologia

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Tipus: Dirigides			
Classes teòriques	15	0,6	
Sessions de pràctiques	37,5	1,5	
Tipus: Supervisades			
Tutorías	7,5	0,3	
Tipus: Autònomes			
Lectura, anàlisi i síntesi de textos, preparació i realització de treballs	82,5	3,3	

Metodologies:

- Teoria per a explicar els conceptes clau (classe magistral). Seminaris per aprofundir en alguns d'aquests conceptes.
- Lectures obligatòries (llibres, articles, capítols, webs, blocs ...).

- Lectures opcionals (llibres, articles, capítols, webs, blocs ...).
- Pràctiques de redacció individuals i en grup a partir d'un briefing.
- Pràctica final d'una campanya d'un client real (si és possible) i la seva presentació oral.

Metodologies docents innovadores:

- Festival creatiu: Durant les pràctiques es durà a terme un festival creatiu anònim anomenat "*El Lleó de Cerdanyola*", mitjançant el qual cada estudiant podrà votar la millor idea concebuda per a l'exercici de la setmana anterior. El grup guanyador rebrà una compensació de 0,5 en la pràctica, com a reconeixement dels seus companys. Aquesta activitat introdueix a l'aula la dinàmica dels concursos creatius, que formen part del dia a dia del sector publicitari. També permet que els estudiants desenvolupin criteri creatiu objectiu per seleccionar peces i exposar oralment una crítica de conceptes. En cada sessió es lliurarà un Lleó simbòlic i es crearà una galeria de guanyadors que es compartirà a Padlet, amb imatges de les peces guanyadores i del grup guardonat amb el seu Lleó de Cerdanyola.
- El Sol d'Iberoamèrica: El concurs per a estudiants d'aquest prestigiós festival, que premia les millors idees d'Iberia i Iberoamèrica, coincideix amb el semestre (abril). Participar-hi en equips de dues persones formarà part de l'assignatura com a activitat voluntària. Els estudiants que decideixin participar-hi quedaran exempts de lliurar el treball final com a recompensa.

Campus Virtual:

El calendari detallat amb el contingut de les diferents sessions s'exposarà el dia de presentació de l'assignatura i estarà també disponible al Campus Virtual de l'assignatura, on l'alumnat podrà trobar els diversos materials docents i tota la informació necessària per l'adequat seguiment de l'assignatura. En cas de canvi de modalitat docent per motius de força major segons les autoritats competents, el professorat informarà dels canvis que es produiran en la programació de l'assignatura i en les metodologies docents.

Llenguatge inclusiu:

El contingut de l'assignatura serà sensible als aspectes relacionats amb la perspectiva de gènere i amb l'ús del llenguatge inclusiu.

Nota: es reservaran 15 minuts d'una classe, dins del calendari establert pel centre/titulació, perquè els alumnes completin les enquestes d'avaluació de l'actuació del professorat i d'avaluació de l'assignatura.

Avaluació

Activitats d'avaluació continuada

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Examen de continguts teòrics	30%	2	0,08	CM15, CM17, KM18, SM15, SM16
Pràctica final	20%	2,5	0,1	CM15, CM17, KM18, SM15, SM16
Pràctiques específiques	50%	3	0,12	CM15, CM17, KM18, SM15, SM16

Aquesta assignatura segueix avaluació continuada i avaluació única.

Avaluació continuada

Activitat A: Examen de continguts teòrics (30% sobre la qualificació final).

Activitat B: Pràctiques específiques (50% sobre la qualificació final). Es realitzaran en equip a l'aula durant les hores de pràctica.

Activitat C: Pràctica final (20% sobre la qualificació final). Consta d'un informe creatiu mitjançant el qual els estudiants hauran de millorar anuncis amb faltes ortogràfiques i que continguin una baixa qualitat creativa. Es realitzarà en equips creatius assignats a l'inici del curs.

Per superar l'assignatura, la nota mínima de cadascuna de les activitats no pot ser inferior a 5. La nota final serà la mitjana ponderada de les qualificacions de les tres activitats.

Deduccions:

En totes les pràctiques, es descomptarà 0,25 per cada falta d'ortografia.

Recuperació de l'avaluació continuada

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

-Les activitats recuperables són l'examen teòric i la pràctica final.

-Les pràctiques en grup s'exclouen de la recuperació perquè es basen en una dinàmica col·laborativa i processos de treball compartit que no es poden reproduir de manera individual fora del calendari establert.

a) Segons la normativa, per poder participar en el procés de recuperació, l'alumnat ha d'haver estat prèviament avaluat en almenys dues terceres parts del total d'activitats avaluables de l'assignatura.

b) Només es podrà recuperar la part teòrica si l'estudiant s'ha presentat a la prova teòrica prevista en l'avaluació continuada i ha obtingut una nota inferior a 4,9. La recuperació consistirà en una prova escrita d'avaluació de coneixements teòrics.

c) L'alumnat que hagi suspès una de les pràctiques o no l'hagi presentat (sempre que sigui per motius justificats o acceptats per l'equip docent) tindrà l'opció de presentar-se a la seva recuperació durant el període establert a aquest efecte. La recuperació de cada pràctica consistirà en la resolució d'un cas o problema de comunicació a l'aula (dia i hora a concretar).

d) El treball final de l'assignatura (20%) és una activitat avaluable que no es podrà recuperar en cas de suspendre's. El motiu és que realitzar un treball d'aquestes característiques resulta pràcticament impossible dins del temps disponible per a la recuperació.

Avaluació única

Activitat A: Examen de continguts teòrics (30% sobre la qualificació final).

Activitat B: Pràctiques específiques (50% sobre la qualificació final).

Activitat C: Es lliurarà el treball final (20% sobre la qualificació final): L'alumne haurà d'entrevistar a un(a) redactor(a) en actiu per conèixer les seves competències, funcions i consells per trobar feina en el sector.

En totes les pràctiques, es descomptarà 0,25 per cada falta d'ortografia.

Recuperació de l'avaluació única

a) L'alumnat tindrà dret a la recuperació de l'assignatura si ha estat avaluat del conjunt d'activitats, el pes de les quals sigui com a mínim de 2/3 parts de la qualificació total de l'assignatura.

b) L'alumnat que hagi suspès una de les pràctiques o no l'hagi presentada (sempre que sigui per motius justificats o acceptats per l'equip docent) tindrà l'opció de presentar-se a la seva recuperació durant el període establert a aquest efecte. La recuperació de cada pràctica consistirà en la resolució d'un cas o problema de comunicació a l'aula (dia i hora a concretar).

c) Les activitats recuperables són l'examen teòric i les pràctiques individuals. El treball final de l'assignatura (20%) és una activitat avaluable que no es podrà recuperar en cas de suspendre's. El motiu és que realitzar un treball d'aquestes característiques resulta pràcticament impossible dins del temps disponible per a la recuperació.

Aprovació de l'assignatura

Per superar l'assignatura, la nota mínima de cadascuna de les activitats no pot ser inferior a 5. La nota final serà la mitjana ponderada de les qualificacions de les tres activitats.

Criteris per ser considerat/da no avaluable:

L'alumnat que no hagi completat almenys el 33% de les activitats d'avaluació previstes en l'assignatura serà considerat com a 'no avaluable' i així constarà en la qualificació final.

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.

Ús de la Intel·ligència Artificial (IA):

Per a aquesta assignatura, es permet l'ús de tecnologies d'Intel·ligència Artificial (IA) exclusivament per revisar la gramàtica abans del lliurament, cercar informació sobre els clients tractats a classe, fer traduccions i generar imatges per a idees que incloguin textos originals (humans). L'alumnat haurà d'identificar clarament les parts que hagin estat generades amb aquesta tecnologia, especificar les eines utilitzades i incloure una reflexió crítica sobre com aquestes han influït en el procés i en el resultat final de l'activitat. La manca de transparència en l'ús de la IA en aquesta activitat avaluable es considerarà una falta d'honestedat acadèmica i pot comportar una penalització parcial o total en la nota de l'activitat, o sancions més greus en cas que sigui necessari. Els continguts i els textos finals hauran de ser generats íntegrament per l'alumnat.

Bibliografia

Bly, Robert W. (2020). *The Copywriter's Handbook: A StepbyStep Guide to Writing Copy That Sells* (3^a ed.). St.Martin's Press.

Bravo, Israel. (2023). *El libro de copywriting*. Alienta Editorial.

Curto Gordo, Víctor, Rey Fuentes, Juan, & Sabaté López, Joan. (2023). *Redacción publicitaria*. Editorial UOC.

Dru, Jean-Marie. (2002). *Disrupción: Romper y crear*. Empresa Activa.

Handley, Ann. (2014). *Everybody Writes: Guía para escribir contenido increíble*. Empresa Activa.

Lois, George. (2012). *Malditos buenos consejos (para gente con talento)*. Editorial Gustavo Gili.

Navarro Gutiérrez, Carlos. (2008). *Creatividad publicitaria eficaz*. Ediciones Paraninfo / ESIC.

Pellicer, Maite. (2024). *Los ODS en la publicidad española*. Editorial Pirámide.

Schwartz, Eugene M. (2023). *Breakthrough Advertising* (modern reprint). MarketFit Publishing.

Suárez Rojas, Tina. (2018). *La redacción publicitaria: El arte del buen decir para vender*. Síntesis.

Sugarman, Joe. (2007). *The Adweek Copywriting Handbook*. Wiley.

Sullivan, Luke. (2022). *Hey, Whipple, Squeeze This: The Classic Guide to Creating Great Ads* (5ª ed.). Wiley.

Programari

Aquesta assignatura no requereix de programari específic.

Grups i idiomes de l'assignatura

La informació proporcionada és provisional fins al 30 de novembre de 2025. A partir d'aquesta data, podreu consultar l'idioma de cada grup a través daquest [enllaç](#). Per accedir a la informació, caldrà introduir el CODI de l'assignatura

Nom	Grup	Idioma	Semestre	Torn
(PLAB) Pràctiques de laboratori	51	Espanyol	segon quadrimestre	tarda
(PLAB) Pràctiques de laboratori	52	Català	segon quadrimestre	tarda
(PLAB) Pràctiques de laboratori	53	Català	segon quadrimestre	tarda
(TE) Teoria	5	Espanyol	segon quadrimestre	tarda