UNIVERSIDAD DEL AZUAY

FACULTAD DE DISEÑO, ARQUITECTURA Y ARTE
ESCUELA LICENCIATURA EN ARTE TEATRAL

## 1. Datos generales

**Materia:** PUBLICIDAD
**Código:** FDI0322
**Paralelo:**
**Periodo :** Marzo-2020 a Agosto-2020
**Profesor:** ALARCON MORALES JHONN MANUEL
**Correo electrónico** jalarcon@uazuay.edu.ec

| Docencia | Práctico | Autónomo: | | Total horas |
|---|---|---|---|---|
| | | Sistemas de tutorías | Autónomo | |
| 2 | | | | 2 |

**Prerrequisitos:**

Ninguno

## 2. Descripción y objetivos de la materia

Es importante porque otorga al estudiante conocimientos sobre temas publicitarios que serán útiles para la promoción y difusión de los proyectos teatrales.

En esta asignatura teórico práctica, se abordarán lás técnicas y estrategias del diseño publicitario aplicadas al teatro

Se articula con las materias de DGA de Proyectos Teatrales y Taller de Montaje

## 3. Contenidos

| | |
|---|---|
| **01.** | **Introducción a la Publicidad** |
| 01.01. | ¿Qué es la comunicación? (1 horas) |
| 01.02. | Tipos de comunicación (1 horas) |
| 01.03. | ¿Qué es la publicidad? (1 horas) |
| 01.04. | Principios de la publicidad efectiva (1 horas) |
| 01.05. | Objetivos de la publicidad (1 horas) |
| 01.06. | Estrategia de publicidad (1 horas) |
| **02.** | **Cómo funciona la publicidad** |
| 02.01. | Funciones y efectos de la publicidad (1 horas) |
| 02.02. | Participantes claves (1 horas) |
| 02.03. | Tipos especificos de publicidad (1 horas) |
| **03.** | **Formas de promocionar la actividades artísticas** |
| 03.01. | Formas de difundir la obra teatral (1 horas) |
| 03.01.01. | Afiche (1 horas) |
| 03.01.02. | Pasacalle (1 horas) |
| 03.01.03. | Cartel Afiche (1 horas) |
| 03.01.04. | Entradas promocionales (1 horas) |
| 03.01.05. | Volantes (1 horas) |
| 03.01.06. | Boletín Informativo (1 horas) |
| 03.01.07. | Gaceta (1 horas) |
| 03.01.08. | Email (1 horas) |
| 03.01.09. | Comparsa/Desfile (1 horas) |
| 03.01.10. | Voceo (1 horas) |
| **04.** | **El "briefing" publicitario** |

| | |
|---|---|
| 04.01. | Que es el briefing (1 horas) |
| 04.02. | Brief de publicidad en teatro (1 horas) |
| 04.03. | El plan publicidad: Qué es y cómo plantearlo? (1 horas) |
| **05.** | **Creatividad publicitaria.** |
| 05.01. | Teoría de la retórica y la gestalt aplicados a la publicidad (1 horas) |
| 05.02. | El mapa mental (1 horas) |
| 05.03. | La publicidad creativa. (1 horas) |
| 05.04. | Estrategia creativa. (1 horas) |
| 05.05. | Principios de la curiosidad (1 horas) |
| 05.06. | Los insights (1 horas) |
| 05.07. | El humor en la publicidad (1 horas) |
| 05.08. | Redacción para publicidad: Product placement (1 horas) |
| 05.09. | Situaciones especiales: antipublicidad, BTL Vs. ATL (1 horas) |

## 4. Sistema de Evaluación

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

| Resultado de aprendizaje de la materia | Evidencias |
|---|---|
| **aj. Adquirir, técnicas, hábitos, destrezas, orientados al trabajo práctico e investigativo** | |
| - Identificar las etapas del proceso de creación publicitario | -Informes<br>-Investigaciones<br>-Proyectos<br>-Reactivos |
| -Identificar la información clave para el desarrollo del "brief publicitario" | -Informes<br>-Investigaciones<br>-Proyectos<br>-Reactivos |
| **as. Demostrar capacidad de organización y comunicación, de manera individual y con grupos multidisciplinarios.** | |
| -Distinguir el papel del publicista y del actor en el proceso publicitario | -Informes<br>-Investigaciones<br>-Proyectos<br>-Reactivos |
| **au. Mantener una cultura de aprendizaje permanente y conocimiento de su entorno.** | |
| -Reconocer los procesos creativos y su influencia en el entorno para generar mensajes publicitarios | -Informes<br>-Investigaciones<br>-Proyectos<br>-Reactivos |

### Desglose de evaluación

| Evidencia | Descripción | Contenidos sílabo a evaluar | Aporte | Calificación | Semana |
|---|---|---|---|---|---|
| Reactivos | Prueba en base a reactivos | | APORTE | 5 | Semana: 4 (22/04/20 al 27/04/20) |
| Informes | Análisis de afiches | | APORTE | 5 | Semana: 8 (20/05/20 al 25/05/20) |
| Informes | Análisis de campañas publicitarias en teatro | | APORTE | 5 | Semana: 10 (03/06/20 al 08/06/20) |
| Investigaciones | Modelos de las facetas aplicada a la publicidad teatral | | APORTE | 7 | Semana: 14 (01/07/20 al 06/07/20) |
| Investigaciones | Formas de promocionar una obra de teatro | | APORTE | 8 | Semana: 15 (08/07/20 al 13/07/20) |
| Reactivos | Examen en base a reactivos | | EXAMEN | 10 | Semana: 17-18 (21-07-2020 al 03-08-2020) |
| Proyectos | Desarrollo de un brief de publicidad | | EXAMEN | 10 | Semana: 17-18 (21-07-2020 al 03-08-2020) |
| Reactivos | 10 puntos se mantienen del examen escrito y 10 puntos supletorio final | | SUPLETORIO | 20 | Semana: 19 ( al ) |

### Metodología

1. Se realizará una exposición y explicación de cada tema para que el alumno conozca la teoría básica, mediante clases magistrales y exposición de videos. 2. Se realizarán análisis de textos relacionados con la publicidad. 3. Se efectuarán controles de lectura y lecciones escritas para comprobar el entendimiento de la materia. 4. Se realizarán trabajos o exposiciones individuales o grupales. 5. Tutorías para guiar el avance de los proyectos de publicidad.

### Criterios de Evaluación

a. Se efectuarán trabajos teóricos de aplicación de las distintas teorías aprendidas en clase b. Controles de lectura periódicos y análisis de casos sobre temas generales de la publicidad en el teatro. 3. Se realizarán un trabajo final en base la elaboración de un plan de publicidad para una obra teatral. 4. Se evaluará la originalidad de los textos, ortografía, redacción y coherencia de ideas en los informes.

## 5. Referencias

### Bibliografía base

#### Libros

| Autor | Editorial | Título | Año | ISBN |
|---|---|---|---|---|
| William Wells ; Sandra Moriarty | Pearson | Publicidad : principios y práctica | 2007 | |

#### Web

#### Software

### Bibliografía de apoyo

#### Libros

| Autor | Editorial | Título | Año | ISBN |
|---|---|---|---|---|
| RUSSELL, J. THOMAS | Pearson Educación | KLEPPNER PUBLICIDAD | 2005 | 970-26-0642-X |
| FERRER , EDUARDO | Fondo de Cultura Económica | EL LENGUAJE DE LA PUBLICIDAD | 1995 | 9681647823 |

#### Web

#### Software

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: 04/03/2020

Estado: Aprobado