UNIVERSIDAD DEL AZUAY

FACULTAD DE FILOSOFÍA Y CIENCIAS HUMANAS
ESCUELA DE COMUNICACIÓN

1. Datos generales

Materia: REDACCIÓN PUBLICITARIA
Código: CMN0504
Paralelo:
Periodo : Septiembre-2020 a Febrero-2021
Profesor: UGALDE SANCHEZ CECILIA ESPERANZA
Correo electrónico cugalde@uazuay.edu.ec

Docencia	Práctico	Autónomo: 72		Total horas
		Sistemas de tutorías	Autónomo	
48	0	16	56	120

Prerrequisitos:

Código: CMN0200 Materia: COMUNICACIÓN Y LENGUAJE II

2. Descripción y objetivos de la materia

Usa herramientas de redacción para la elaboración de textos en piezas publicitarias para diferentes medios.

Permite relacionar al producto con su audiencia a través de un brief creativo, lenguaje, estilo, reglas y restricciones, el copy, y demás aplicaciones

3. Contenidos

1.	**Propósito, producto y audiencia**
1.01.	Introducción (1 horas)
1.02.	Escribir con un propósito (1 horas)
1.03.	Comprender al producto (2 horas)
1.04.	Conocer a la audiencia (2 horas)
2.	**Lenguaje, estilo, reglas y restricciones**
2.01.	Conquistar el lenguaje (1 horas)
2.02.	Afilar el estilo (1 horas)
2.03.	Reglas y restricciones (1 horas)
3.	**Creatividad**
3.01.	Cómo llegar a una idea (2 horas)
3.02.	Creatividad en la redacción comercial (3 horas)
3.03.	Contenido del brief creativo (2 horas)
4.	**Creando un copy efectivo**
4.01.	Fábrica de fantasías (2 horas)
4.02.	La hoja en blanco (5 horas)
4.03.	Ideas que comunican (5 horas)
4.04.	Copy con ingenio y humor (2 horas)
5.	**Algunas aplicaciones**
5.01.	Cómo escribir titulares (5 horas)
5.02.	Redacción del copy (3 horas)
5.03.	Redacción para exteriores (5 horas)
5.04.	Redacción para soportes on-line (5 horas)

4. Sistema de Evaluación

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

Resultado de aprendizaje de la materia	Evidencias
be. Elabora el texto publicitario a utilizar en distintas aplicaciones	
-Usa herramientas de redacción para la elaboración de textos en piezas publicitarias para diferentes medios.	-Trabajos prácticos - productos

Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Trabajos prácticos - productos	Aportes varios de carácter práctico		APORTE DESEMPEÑO	10	Semana: 14 (21/12/20 al 23/12/20)
Trabajos prácticos - productos	Examen asincrónico		EXAMEN FINAL ASINCRÓNICO	10	Semana: 19-20 (25-01-2021 al 30-01-2021)
Trabajos prácticos - productos	examen		EXAMEN FINAL SINCRÓNICO	10	Semana: 19 (25/01/21 al 30/01/21)
Trabajos prácticos - productos	Examen asincrónico		SUPLETORIO ASINCRÓNICO	10	Semana: 19-20 (25-01-2021 al 30-01-2021)
Trabajos prácticos - productos	examen		SUPLETORIO SINCRÓNICO	10	Semana: 19 (25/01/21 al 30/01/21)

Metodología

Criterios de Evaluación

5. Referencias

Bibliografía base

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
Fernando Labarta	Almuzara	Guía para crear mensajes y contenidos publicitarios	2014	978-84-1610009-5
Castellblanque, Mariano	ESIC	Manual del Redactor Publicitario	2005	

Web

Software

Bibliografía de apoyo

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
Dru, Jean Marie	Planeta	Disrupción	2009	
Castellblanque, M., & Ronco, V.	ESIC Editorial.	Manual del redactor publicitario offline-online:¿ Reglas, normas, técnicas?¡ Rómpelas!.	2020	
Hood, C.		Copywriting: 3 Manuales en 1.	2019	
Pricken, Mario	Gustavo Gill	Publicidad creativa: Ideas y técnicas de las mejores campañas internacionales	2007	
Luis Bassat	Crítica	Confesiones personales de un publicitario	2008	

Web

Software

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: 21/09/2020

Estado: Aprobado