



FACULTAD DE FILOSOFÍA Y CIENCIAS HUMANAS

ESCUELA COMUNICACIÓN SOCIAL

1. Datos generales

Materia: REDACCION PUBLICITARIA

Código: FLC0247

Paralelo:

Periodo : Marzo-2018 a Julio-2018

Profesor: UGALDE SANCHEZ CECILIA ESPERANZA

Correo electrónico: cugalde@uazuay.edu.ec

Prerrequisitos:

Código: FLC0232 Materia: LENGUA 2

Docencia	Práctico	Autónomo:		Total horas
		Sistemas de tutorías	Autónomo	
3				3

2. Descripción y objetivos de la materia

Redacción Publicitaria es una materia utilitaria indispensable para el perfil de los estudiantes de la licenciatura de comunicación y publicidad, ya que les presenta herramientas de redacción que serán de mucha utilidad para aplicaciones de comunicación comercial.

Redacción Publicitaria pretende revisar los pasos de un brief creativo así como varias herramientas que facilitan la redacción publicitaria en sus distintos formatos.

Esta materia es de mucha utilidad ya que será aplicada en varias posteriores, tales como diseño gráfico II, Planificación y ejecución de campañas, marketing social y multimedia I y II.

3. Contenidos

1.	Propósito, producto y audiencia
1.01.	Escribir con un propósito (1 horas)
1.02.	Comprender al producto (2 horas)
1.03.	Conocer a la audiencia (2 horas)
2.	Brief creativo
2.01.	Punto de partida (1 horas)
2.02.	Importancia del brief creativo (1 horas)
2.03.	Contenido del brief creativo (3 horas)
3.	Lenguaje, estilo, reglas y restricciones
3.01.	Conquistar el lenguaje (2 horas)
3.02.	Afilar el estilo (2 horas)
3.03.	Reglas y restricciones (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
ax. Idea el texto publicitario a utilizar en distintas aplicaciones.	
-¿ Usa diferentes herramientas de redacción publicitaria.	-Evaluación escrita -Trabajos prácticos - productos

Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Trabajos prácticos - productos	Ejercicio sobre el primer capítulo	Propósito, producto y audiencia	APORTE 1	5	Semana: 4 (02/04/18 al 07/04/18)
Evaluación escrita	Prueba interciclo	Brief creativo, Lenguaje, estilo, reglas y restricciones, Propósito, producto y audiencia	APORTE 2	10	Semana: 8 (01/05/18 al 05/05/18)
Trabajos prácticos - productos	Ejercicios sobre el contenido visto en clase.	Algunas aplicaciones, Brief creativo, Creando un copy efectivo, Lenguaje, estilo, reglas y restricciones, Propósito, producto y audiencia	APORTE 3	15	Semana: 15 (18/06/18 al 23/06/18)
Evaluación escrita	Examen final	Algunas aplicaciones, Brief creativo, Creando un copy efectivo, Lenguaje, estilo, reglas y restricciones, Propósito, producto y audiencia	EXAMEN	20	Semana: 17-18 (01-07-2018 al 14-07-2018)
Evaluación escrita	Examen supletorio	Algunas aplicaciones, Brief creativo, Creando un copy efectivo, Lenguaje, estilo, reglas y restricciones, Propósito, producto y audiencia	SUPLETORIO	20	Semana: 20 (al)

Metodología

Charlas participativas y ejercicios personales y grupales, además de lecturas complementarias.

Criterios de Evaluación

Los estudiantes tendrán claras instrucciones sobre lo que se espera en cada actividad calificada, así como los criterios bajo los que serán evaluados.

5. Referencias

Bibliografía base

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
Pricken, Mario	Gustavo Gill	Publicidad Creativa: Ideas y técnicas de las mejores campañas internacionales	2007	
Castellblanque, Mariano	ESIC	Manual del Redactor Publicitario	2005	
Minguet Cámara, Eva	Monsa	Publicidad de Impacto	2008	
Dru, Jean Marie	Planeta	Disrupción	2009	
Bassat, Luis	Crítica	Confesiones personales de un Publicitario	2008	

Web

Software

Bibliografía de apoyo

Libros

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: 28/02/2018

Estado: Aprobado