UNIVERSIDAD DEL AZUAY

FACULTAD DE FILOSOFÍA Y CIENCIAS HUMANAS
ESCUELA COMUNICACIÓN SOCIAL

1. Datos

Materia: REDACCION PUBLICITARIA
Código: FLC0247
Paralelo: A
Periodo : Marzo-2019 a Julio-2019
Profesor: UGALDE SANCHEZ CECILIA ESPERANZA
Correo electrónico: cugalde@uazuay.edu.ec
Prerrequisitos:

Código: FLC0232 Materia: LENGUA 2

Nivel: 4

Distribución de horas.

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

2. Descripción y objetivos de la materia

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

4. 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)

5. 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 de aplicación primer capítulo	Propósito, producto y audiencia	APORTE 1	5	Semana: 4 (01/04/19 al 06/04/19)
Evaluación escrita	Interciclo	Brief creativo, Lenguaje, estilo, reglas y restricciones, Propósito, producto y audiencia	APORTE 2	10	Semana: 10 (13/05/19 al 18/05/19)
Trabajos prácticos - productos	Ejercicios varios de aplicación.	Algunas aplicaciones, Creando un copy efectivo, Lenguaje, estilo, reglas y restricciones	APORTE 3	15	Semana: 16 (24/06/19 al 28/06/19)
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 (30-06-2019 al 13-07-2019)
Evaluación escrita	Supletorio	Algunas aplicaciones, Brief creativo, Creando un copy efectivo, Lenguaje, estilo, reglas y restricciones, Propósito, producto y audiencia	SUPLETORIO	20	Semana: 20 (al)

Metodología

Ejercicios prácticos grupales e individuales a partir de clases magistrales y charlas participativas. Lecturas complementarias a lo largo del ciclo.

Criterios de Evaluación

En términos generales se calificará la creatividad, correcto uso del lenguaje y de las herramientas solicitadas. En casos especiales se darán criterios adicionales.

6. Referencias

Bibliografía base

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
Pricken, Mario	Gustavo Gill	Publicidad Creativa: Ideas y técnicas de las mejores campañas	2007	

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
		internacionales		
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

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
Fernando Labarta	Almuzara	Guía para crear mensajes y contenidos publicitarios	2014	978-84-1610009-5

Web

Software

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: 01/03/2019

Estado: Aprobado